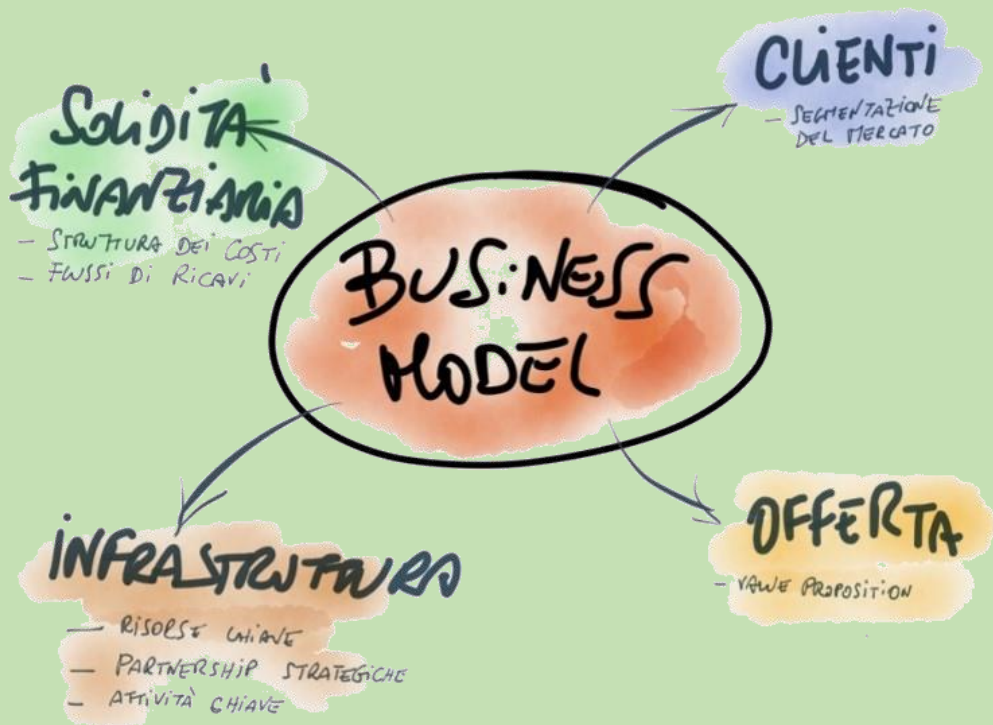




IL BUSINESS MODEL CANVAS





SOMMARIO

ARGOMENTO	PAG
Innovare il Modello di Business	3
Cosa è il CANVAS	4
Modello di CANVAS di Pro.Nova	5
I 9 Fattori Interni	6
Interconnessione dei Fattori interni	7
I 4 Fattori Esterni	8
Progettare il Futuro	9





INNOVARE IL MODELLO DI BUSINESS

L'evoluzione che i mercati hanno avuto negli ultimi 10 anni non è figlia solo della crisi del 2008 , ma soprattutto di un radicale cambiamento del **sistema domanda-offerta** , per cui le dinamiche di mercato si caratterizzano attualmente come segue :

- L'offerta è diventata di gran lunga superiore alla domanda.
- Le capacità produttive superano la domanda di acquisto di beni e servizi.
- Si compete per strapparsi i Clienti l'un l'altro.
- I margini sono sempre più risicati.
- E' difficile fidelizzare i Clienti

IL MODELLO DI BUSINESS

*La scelta della **Strategia** e delle **Azioni** che permettono ad un'Impresa di creare e distribuire **VALORE** per i Clienti , l'Impresa stessa e la Società, ottenendo in cambio **PROFITTO***

COSA E' IL CANVAS

- ❑ Il CANVAS (dalla parola inglese «tela») è una **metodologia innovativa** per analizzare , (ri)progettare o creare un **Modello di Business**.
- ❑ Il CANVAS studia il MdB dell'Azienda attraverso i suoi **processi interni ed esterni** e le relazioni fra i processi stessi , allo scopo di modificarlo , migliorarlo o farlo evolvere
- ❑ Il CANVAS si applica a qualunque **tipologia** e **dimensione** di Azienda

Perche' usare Il Canvas

- ✓ Comprendere il proprio MdB ed individuare punti di forza e di debolezza
- ✓ Lanciare un nuovo prodotto , una tecnologia od un'idea innovativi
- ✓ Rispondere a stimoli od a mutate condizioni esterne
- ✓ Creare una nuova attività
- ✓ Uscire da una situazione di Mercato stagnante
- ✓ Aumentare il valore percepito dai Clienti
- ✓ Differenziare o diversificare il Business attuale
- ✓ Creare divergenza rispetto alla Concorrenza

Modello di CANVAS PRO.NOVA CONSULTING

Lo schema CANVAS utilizzato da *Pro.Nova Consulting* si rifà a quello originario creato dall'ideatore del Metodo CANVAS e cioè **Alexander Osterwalder**



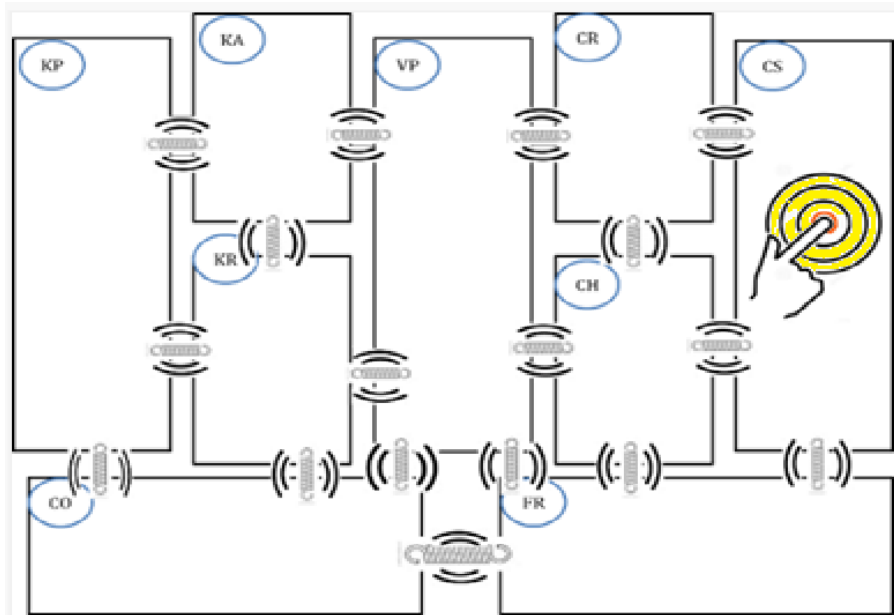
I 9 FATTORI INTERNI

Lo schema **CANVAS** è composto da **9 FATTORI INTERNI** che descrivono la struttura ed il funzionamento del Modello di Business dell'Azienda , secondo le seguenti definizioni :

FATTORI INTERNI	DESCRIZIONE
Proposta di Valore (VP)	Descrive il tipo di valore che si offre al Mercato , Quali prodotti e servizi sono offerti , Quali bisogni del cliente si stanno soddisfacendo e qual'è il posizionamento attuale verso la concorrenza
CS : Segmenti di Clienti	Un prodotto/servizio (P/S) può essere acquistato da diversi segmenti e tipologie di clienti e bisogna scegliere il segmento più redditizio per la propria VP
CR : Relazione con i CS	Identifica che tipo di relazione si ha con ogni CS , se tali relazioni sono efficaci , che risultati danno e quali risorse sono dedicate a questa attività
CH : Canali di vendita	Descrive come la VP arriva ai CS , non solo in modo fisico , ma anche attraverso il Mkt
Flussi di Ricavi (FR)	Modalità di pagamento dei CS , marginalità , livello di insoluti o ritardi nei pagamenti ed altre caratteristiche relative al modo con cui i ricavi entrano in azienda
Attività Chiave (Ka)	Sono le attività/processi chiave richieste dalla VP e senza le quali non sarebbe possibile fornirla al mercato .
Risorse Chiave (Kr)	Sono le risorse critiche richieste dalla VP e senza le quali non sarebbe possibile fornirla al mercato
Struttura Dei Costi (Co)	Definisce i costi più importanti intrinseci al modello di business e che servono a far funzionare la VP
Partners Chiave (Kp)	Definire chi sono i Partner chiave , da cui acquistare prodotti , servizi , risorse

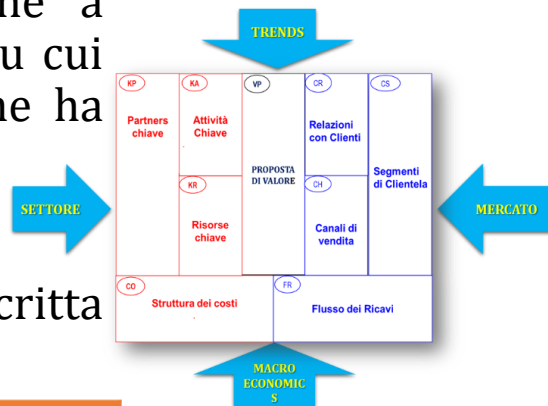
INTERCONNESSIONE DEI 9 FATTORI INTERNI

- Il sistema CANVAS non è un sistema “rigido” ed i 9 FATTORI INTERNI sono strettamente in **relazione fra di loro** , tanto che se uno di loro è modificato , tutto il sistema risente del cambiamento e si deve adattare allo stesso .
- Per esempio se vi è una “modifica” del FATTORE **CS** (vedi fig.) dovuto alla possibile apertura di un nuovo mercato e quindi di nuovi CS , le ripercussioni di tale attività commerciale attraversa tutto il CANVAS ed ogni settore viene a sua volta **modificato** per supportare e coordinarsi con l’azione intrapresa in CS, aiutandola a svilupparsi .



I 4 FATTORI ESTERNI

Ovviamente ogni Azienda subisce anche tutto ciò che avviene a livello globale ed esterno e su cui non ha il pieno controllo che ha sui Fattori Interni .



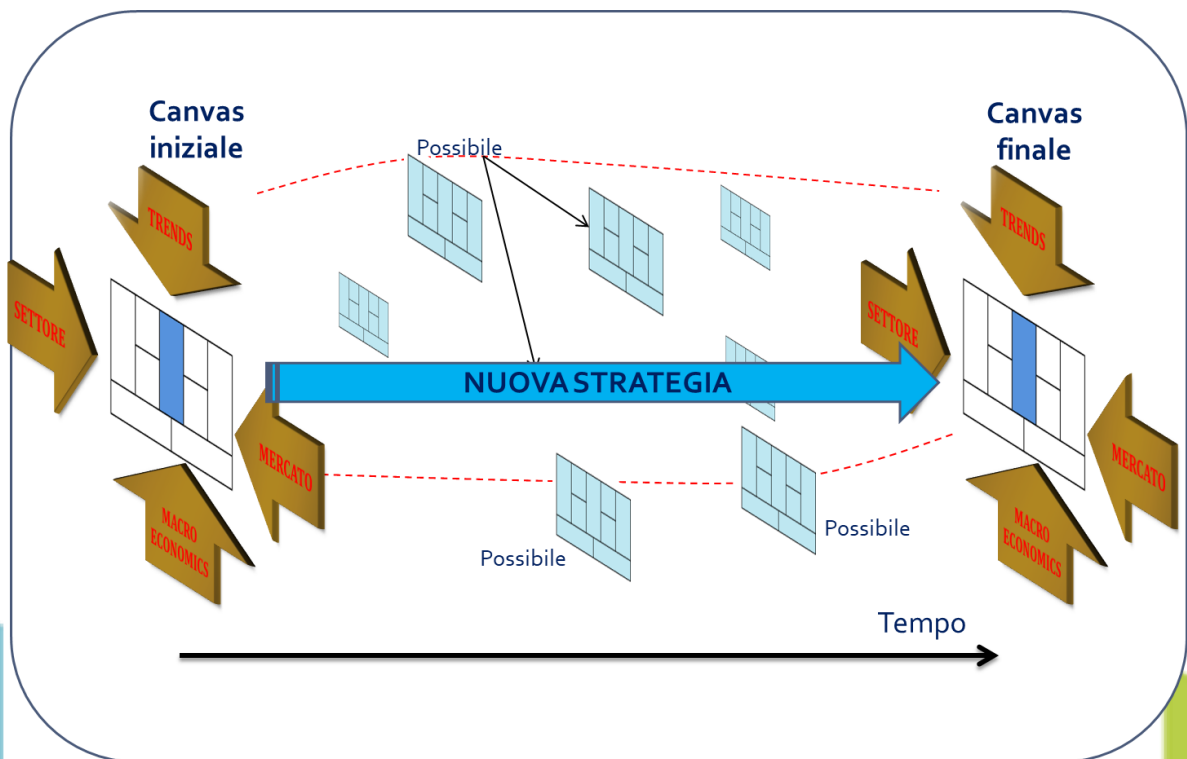
Tale influenza è descritta mediante **4 Fattori esterni**

Fattori Esterni	Descrizione
TRENDS	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Tecnologia ➤ Norme e leggi ➤ Cultura e società ➤ Mode e Religioni
MERCATO	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Bisogni e richieste ➤ Nuovi settori ➤ Problemi e rischi ➤ Analisi di Marginalità
MACRO-ECONOMICS	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Situazione economica ➤ Situazione politica ➤ Materie Prime e risorse ➤ Borse e mercati
SETTORE	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Fornitori e Partners ➤ Concorrenti ➤ Prodotti sostitutivi ➤ Proposte nuove

Anche in questo caso , una o più **variazioni** dei 4 Fattori Esterni porta ripercussioni sul MdB dell'azienda , che deve tenerne conto ed **adattare** il suo MdB in funzione di tali cambiamenti

PROGETTARE IL FUTURO

- Una volta compreso e descritto mediante il CANVAS l'attuale MdB dell'Impresa , occorre capire che vi possono essere molti futuri MdB che si possono raggiungere , ma solo uno di essi sarà quello **idoneo** a raggiungere gli **obiettivi** prefissati .
- A questo punto si dovrà quindi scegliere la giusta **STRATEGIA** per modificare il MdB attuale, strutturandolo secondo un nuovo e vincente schema CANVAS .





PRO.NOVA CONSULTING Snc

Sede Legale : v. Foscolo 6 – 36060 Romano D'Ezzelino VI

Uffici e Sede Operativa : v. Ancona 2 – Torri di Quartesolo
36040 (VI)

Tel : 0444 026544

Email : pronova@pronovagroup.it

Sito WEB : www.pronovaconsulting.com



<https://www.linkedin.com/company/10275163/admin/>

