Il Business Model Canvas

Progettato per: Lena Apertura Ristorante Africano

Progettato da: Lena Apertura Ristorante Africano

# Partner chiave



Attività chiave

# Valore offerto

Relazioni con i clienti

# Segmenti di clientela

Chi sono i nostri Partner chiave? Chi sono i nostri fornitori chiave?

Quali Risorse chiave stiamo acquisendo dai partner? Quali Attività chiave svolgono i partner?

motivazione per la partnership Ottimizzazione e risparmio Riduzione del rischio e dell'incertezza

Acquisizione di particolari risorse e attività

Quali sono le attività necessarie per il nostro valore o

I nostri canali di distribuzione? Le relazioni con i clienti?

I ricavi?

categorie

Produzione

Soluzione di problemi Piattaforma / Rete

Che tipo di valore forniamo ai clienti?

Quale problema dei nostri clienti stiamo aiutando a risolvere? Quale pacchetto di prodotti e servizi stiamo orrendo ai clienti? Quali bisogni deli clienti stiamo soddisfacendo?

caratteristiche

Novità Prestazioni Personalizzazione "Risolvere" Design

Marca / Status ml Prezzo

Riduzione dei costi Riduzione dei rischi Accessibilità Comodità / Usabilità

# Risorse chiave

Quali sono le risorse necessarie per il nostro valore

I nostri canali di distribuzione? Le relazioni con i clienti?

I ricavi?

tipologie di risorse

Fisiche

Intellettuali (marchi, brevetti, diritti d'autore, dati) Umane

Finanziarie

# Canali

Attraverso quali canali vogliono essere raggiunti i nostri clienti?

In che modo li stiamo raggiungendo? Come sono integrati i nostri canali? Quali funzionano meglio?

Quali sono i più e a livello di costi?

Come li stiamo integrando con le abitudini dei clienti?

fasi dei canali

1. Consapevolezza

Come aumentiamo la consapevolezza dei prodotti e servizi della nostra azienda?

1. Valutazione

Come facciamo ad aiutare i nostri clienti a valutare il valore offerto dalla nostra azienda?

1. Acquisto

Come possono i clienti, acquistare specifici prodotti e servizi della nostra azienda?

1. Consegna

In che modo consegniamo il valore offerto ai clienti?

1. Post vendita

Come forniamo assistenza post vendita?

# Struttura dei costi

Quali sono i costi più importanti del nostro Business Model? Quali delle Risorse chiave sono le più costose?

Quali delle Attività chiave sono le più costose?

la tua attività è più:

Orientata al costo (struttura dei costi snella, valore offerto a basso costo, massima automazione, outsourcing spinto) Orientata al valore (focalizzata sulla creazione del valore, valore offerto premium)

# Flussi di ricavi

Per quale valore, i nostri clienti vogliono veramente pagare? Per che cosa pagano?

In che modo stanno pagando? Come preferirebbero pagare?

Quanto contribuisce ai ricavi ogni di ricavi?

tipi prezzo fisso Prezzo dinamico

esempi di caratteristiche: Costi fissi (salari, affitti, utilities) Costi variabili

Economie di scala Economie di gamma

Vendita di beni Costo per l'uso Abbonamento

Noleggio / Affitto / Leasing Intermediazione

Pubblicità

Prezzo di listino

Dipendente dalle caratteristiche del prodotto Dipendente dal segmento cliente

Dipendente dal volume

Negoziazione ( contrattazione ) Tariffazione in tempo reale Mercato in tempo reale

**Descrivere il Business Model Canvas Idea: Apertura Ristorante Africano Realizzato da: Lena**

**Partner Chiave:**

I principali fornitori saranno: Mercato alimentare Cinese, Africano, Italiano; Tavoli e Sedie per far accomodare gli avventori; Generi alimentari; Comperare cucina a gas ed elettrica, acquisto cappa; Pentolame e vasellame; Cuoco e cameriere per servire ai tavoli (me stessa, figlia, amica)

**Le risorse che acquisisco sono:**

Le Attività che i fornitori svolgono sono: La cuoca cucina e la cameriera serve ai tavoli

**Motivazione della Partnership**

Riduzione del rischio dell’incertezza del mercato: la cuoca e la cameriera sono persone conosciute e valide e mi aiuteranno molto

Ottimizzo e risparmio: E' dovuto al fatto che i familiari mi garantiscono che aiutano maggiormente nell'avvio dell'impresa.

**Attività Chiave:**

**Le attività per creare Valore** sono: la qualità delle preparazioni del cibo e le competenze mie e dei miei collaboratori.

**Le attività per i Canali di Distribuzione** sono: La ristorazione avviene sia all'interno che all'esterno; Viene proposto anche un menu da asporto mediante un nostro rider con motorino

**Le attività per le Relazioni con i Clienti sono**: passaparola, volantini;

**Le attività necessarie per i ricavi** sono: predisporre volantini; realizzo incoming per pubblicizzare nuove pietanze o cibi particolari

**Categorie di Attività**

**Risorse Chiave**

**Quali sono le Risorse per il nostro valore offerto**: io ed i miei collaboratori, cioè puntare sulla qualità delle preparazioni del cibo e sulle competenze mie e dei miei collaboratori.

**Quali sono le Risorse per i nostri canali di distribuzione**: Le risorse sono le preparazioni delle sale in cui svolgo l'attività di ristorazione (all'interno ed all'esterno; Poter disporre di un contratto con un Rider che potrà proposto anche un menu da asporto e consegnarlo con motorino

**Quali sono le Risorse per le relazioni con i Clienti:** invitare persone per facilitare il passaparola; predisporre volantini sempre aggiornati;

**Quali sono le Risorse per i ricavi**: progettare e realizzare i volantini; realizzazioni di incoming per pubblicizzare nuove pietanze o cibi particolari

**Valore Offerto:**

**I prodotti che offriamo sono**

**Il valore che offriamo ai Clienti è**: Il valore mio e dei miei collaboratori, consente di puntare sulla qualità delle preparazioni del cibo e sulle competenze mie e dei miei collaboratori. Poter preparare cibi e pietanze anche per soggetti con problematiche alimentari (allergici, celiaci ….)

**Il problema dei Clienti che stiamo aiutando a risolvere è:** far mangiare bene i clienti e far conoscere loro le possibilità della cucina Africana; poter offrire cibi e pietanze anche per celiaci e soggetti allergici

**Il pacchetto di prodotti/servizi che offriamo ai Clienti sono:** cucina Africana ed Etnica; Ottima capacità di Lena nel preparare le pietanze; saper preparare anche assaggi della cucina Africana, organizzando aperitivi

**I bisogni dei Clienti che soddisfaciamo sono:** Sentirsi sicuri che il cibo sia buono, che le preparazioni siano sempre fresche e che Lena ….. sia un brava cuoca! Il bisogno principale del Cliente sarà quello di sedersi ad un tavolo per soddisfare la sua curiosità di cose nuove ed originali

**Relazioni con i Clienti:** come interagiamo

**La relazione che voglio stabilire e mantenere con ognuno dei segmenti di Clientela è:** il mio ristorante è aperto a tutti ed è importante che io crei Relazioni importanti con ciascun segmento di clientela;

**La relazione che ho stabilito con i Clienti è:** la relazione è una relazione personale; questa relazione mi permette di interagire meglio, di farmi raccontare le difficoltà alimentari che il cliente può avere e se ha trovato nelle mie pietanze quello che cercava. Inoltre questo metodo mi fa capire cosa posso migliorare

**Come la relazione è integrata nel Business**: in modo naturale, in quanto mi consente di avere una relazione empatica con clienti anche di tipo diverso

**I Costi delle relazioni:** se resta di tipo personale, il costo è solo dato dal tempo che mi impegnano nel dialogo; se utilizzo anche volantini, il costo è della produzione e stampa dei volantini

**Segmenti di Clientela: chi sono i nostri Clienti**

**I clienti più importanti sono:** tutti quelli che gradiscono la mia cucina e che soprattutto non bevano inutilmente.

**Il mercato di riferimento è:** dato che intendo aprirlo preferibilmente verso Piazza Garibaldi, il mercato di riferimento è molto vario: potrei avere Clienti di passaggio, persone che lavorano in uffici, i ragazzi all'uscita di scuola

**Canali e Distribuzione: come forniamo i Prodotti ed i Servizi alla Clientela.** Il mio ristorante sarà aperto dalla mattina alla sera per soddisfare una utenza molto ampia. Organizzo l'asporto mediante Rider o familiari con motorino.

Attraverso quali Canali vogliono essere raggiunti i miei Clienti

**In che modo li sto raggiungendo:** passaparola, volantini, radio Africana, in chiesa ed in moschea

**Come sono integrati i miei canali:** i volantini mi servono per far conoscere i piatti del giorno; nei volantini indichi il tuo telefono e la posta elettronica; quando mi mandano mail, saprò consigliargli i piatti del giorno. Anche gli ordini telefonici diretti al cellulare mio o al telefono del ristorante hanno una persona che li segue.

**Quali canali funzionano meglio:** tramite cellulare e/o mail e/o sms/whatsapp

**Quali sono i più efficienti a livello di Costi:** tutti perché rientrano nei costi della telefonia fissa o mobile

**Come li stiamo integrando con le abitudini dei Clienti**

**Struttura dei Costi:**

Cosa pago sostanzialmente

**I costi più importanti del Business sono:** acquisto cucina, affitto negozio, pagamento utenze, lavori di ristrutturazione,

**Le Risorse chiave più costose sono:** i collaboratori, i contratti con i Rider,

**Le Attività chiave più costose sono:** organizzazione della ristorazione; organizzazione di eventi per far conoscere il mio ristorante

**La struttura dei costi**

**Costi fissi:** Affitto negozio; Utenze (acqua, luce, gas, telefono/internet, cellulare); il personale; fornitori

**Flussi di Ricavi:** Come Guadagniamo

**Come guadagniamo da ognuno dei principali Gruppi di Clienti**

**Per quale valore i Clienti vogliono pagare:** Per provare cucina particolarmente buona e differente dalle altre per qualità e scelta degli ingredienti

**Per che cosa pagano**: per l'originalità del saper cucinare cose nuove e per la capacità di integrazione con la cultura e la cucina italiana

**In che modo pagano**: Con Carta di Credito; in contanti; bonifico bancario

**Come preferirebbero pagare:** la qualità, il servizio, la bontà del cibo offerto

Quanto contribuisce ai ricavi ogni flusso di ricavi

**Tipi di Flussi e Ricavi**

Abbonamenti per un pasto, da acquistare da parte del Cliente. Può essere anche utilizzato da altri della sua famiglia.

Pubblicità su radio Africana e radio libera italiana

Prezzo di Listino o variabile a seconda della qualità del cibo