Il Business Model Canvas

Progettato per: Therese Ristorante La casa di Terry

Progettato da: Therese

# 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: La casa di Terry Realizzato da: Therese**

**Partner Chiave:** Una cuoca, un barman, Camerieri, magazziniere, addetto alle pulizie; Ferrovia che da Napoli può portare clienti al ristorante da Terry che aprirà lungo il litorale per permettere anche una passeggiata; I principali fornitori saranno: impresa edile per lavoro di ristrutturazione del locale; impresa elettricista/idraulico per condizionamento ed idraulica con certificazione energetica; Fornitori per cucine di ristorazione (Forno, lavello, cappe, tavoli, strumentazione); fornitori per arredamento (tavoli, sedie, tovaglie, posaterie …); Commercialista/consulente del lavoro; fornitori dal SENEGAL per arredo; Artisti Senegalesi che mi aiuteranno con loro interventi in serate a tema; Consolato/Ambasciata per maggiore sinergia utile alla comunicazione;

**Le risorse che acquisisco sono:** Cuoco, personale per servire ai tavoli, risorsa economica del Microcredito, Commercialista/consulente del lavoro; la cultura del SENEGAL che inserirò nel costruire una immagine del mio ristorante (con disegni su stoffa, o carta che ricordano il mio paese di origine); Clienti che possono utilizzare la Ferrovia e che non sono costretti ad usare l'automobile con una riduzione dei costi; Artisti Senegalesi che portano cultura e diffondono maggiormente la mia ristorazione anche ai LORO Clienti; Consolato/Ambasciata per maggiore sinergia utile alla comunicazione

**Le Attività che i fornitori svolgono sono:** Cucinare piatti di origine Senegalese ed Italiani; Consulenza per nuovi Bandi/Opportunità; poter creare un luogo di riferimento della Cultura Senegalese; La Ferrovia trasporterà nuovi Clienti; gli artisti Senegalesi diffonderanno la mia immagine

**Motivazione della Partnership:** presenza di personale qualificato che mi accompagna per diffondere la cultura culinaria Senegalese in Italia ed a Torre Annunziata; incentivare i Clienti a giungere al ristorante da Terry utilizzando il trasporto pubblico. Consolato/Ambasciata per maggiore sinergia utile alla comunicazione

**Riduzione del rischio dell’incertezza del mercato:** L'incertezza è ancora presente, ma le persone hanno sempre necessità di mangiare ed io offro una cucina particolarmente buona e che terrà conto della clientela in difficoltà proponendo soluzioni alternative per poter pranzare/Cenare in giorni ed orari stabiliti

**Ottimizzo e risparmio:** La professionalità dei miei collaboratori ha un costo ma il ritorno di questo investimento mi permette di avere un risparmio sulla frequenza di Clienti che ritornano per riprovare la qualità e la professionalità che io garantisco con il Ristorante da Terry

**Attività Chiave:** Ristorazione; Allestimento per Eventi: Matrimoni, festività; Eventi di integrazione culturale mediante interventi di Artisti Senegalesi

**Le attività per creare Valore** sono: scoprire la ricchezza della cultura dell'altro; integrare la raggiungibilità del ristorante in una città in cui è presente una ferrovia che mi porta Clienti; la ristorazione mirata a fasce di Clienti con minore disponibilità economica; presenza di Console/Ambasciatore o Artisti in Eventi.

**Le attività per i Canali di Distribuzione** sono: passaparola con descrizione su come raggiungere il ristorante, con orari Treno, i rapporti con Consolato/Ambasciata per maggiore sinergia utile alla comunicazione; Usare i Canali Social per farmi conoscere

**Le attività per le Relazioni con i Clienti** sono: intrattenimento per rendere piacevole l'attesa del pranzo/cena; comprendere come è venuto a conoscenza del ristorante, quali canali ha seguito; poter lasciare al Cliente un Biglietto da visita con depliant del Senegal

**Le attività necessarie per i ricavi** sono: apertura conto corrente in Banca/Posta; Attivare POS; coinvolgere Commercialista per la tenuta dei Conti;

**Categorie di Attività**

**Risorse Chiave**

**Quali sono le Risorse per il nostro valore offerto**: Volantino per farmi conoscere; capacità del ristorante nel preparare pietanze LOW COST ma servite come in un ristorante di costo maggiore.

**Quali sono le Risorse per i nostri canali di distribuzione**: Volantino per sostenere un passaparola che non scade, non si dimentica; Curare i propri canali Social in modo da mantenere elevata la comunicazione con i propri follower;

**Quali sono le Risorse per le relazioni con i Clienti:** Gadget fatti in Senegal anche allo scopo di fornire lavoro nel mio paese; investire per la comunicazione sui Social

**Quali sono le Risorse per i ricavi**: poter disporre di un conto corrente per le operazioni bancarie; poter pagare il professionista che segue la mia attività; Le risorse del Microcredito

**Valore Offerto:**

**I prodotti che offriamo sono:** come tratto le pietanze in modo che il Cliente capisca la cultura Senegalese e la sua cucina; fa stare bene i Clienti in un Ambiente Senegalese (Eventi, Gadget, Social ….)

**Il valore che offriamo ai Clienti è:** il poter comprendere la cultura Senegalese

**Il problema dei Clienti che stiamo aiutando a risolvere è:** poter aver fatto saggiare al Cliente una cucina unica ed originale e che conferma la bontà della proposta

**Il pacchetto di prodotti/servizi che offriamo ai Clienti sono:** ristorazione Senegalese ed Etnica; la qualità del barman, del Cuoco, dei Camerieri e la mia cultura

**I bisogni dei Clienti che soddisfaciamo sono:** integrazione culturale

**Relazioni con i Clienti:** come interagiamo

**La relazione che voglio stabilire e mantenere con ognuno dei segmenti di Clientela è:**

**La relazione che ho stabilito con i Clienti è:**

**Come la relazione è integrata nel Business**:

**I Costi delle relazioni:**

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

**I clienti più importanti sono:**

**Il mercato di riferimento è:**

**Canali e Distribuzione: come forniamo i Prodotti ed i Servizi alla Clientela**

Attraverso quali Canali vogliono essere raggiunti i miei Clienti

**In che modo li sto raggiungendo:**

**Come sono integrati i miei canali:**

**Quali canali funzionano meglio:**

**Quali sono i più efficienti a livello di Costi:**

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

**Struttura dei Costi:**

Cosa pago sostanzialmente

**I costi più importanti del Business sono:**

**Le Risorse chiave più costose sono:**

**Le Attività chiave più costose sono:**

**La struttura dei costi**

**Costi fissi:**

**Flussi di Ricavi:** Come Guadagniamo

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

**Per quale valore i Clienti vogliono pagare:**

**Per che cosa pagano**:

**In che modo pagano**:

**Come preferirebbero pagare:**

Quanto contribuisce ai ricavi ogni flusso di ricavi:

**Tipi di Flussi e Ricavi**

Vendita di

Abbonamenti,

Pubblicità

Prezzo di Listino