Il Business Model Canvas

Progettato per:

Progettato da:

# 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: Negozio Alimentare Africano Realizzato da: Dan**

**Partner Chiave:**

I principali fornitori saranno un fornitore all’ingrosso italiano perché è già presente a Napoli ed anche un fornitore della Costa d’Avorio ma che devo ancora cercare e trovare. Non ho idea dei Partner: devo decidere. MA in caso di necessità, per avere il negozio sempre aperto, posso avere come Partner mio marito e mia madre.

**Le risorse che acquisisco dal partner italiano sono:**

Alimentari di varia origine, Accechè, Banane Plantea, burro di arachidi ed altri alimenti che provengono dalla Costa d’Avorio

**Le risorse che acquisisco dal partner della Costa d’Avorio sono:**

Verdura, foglie di patate dolci e di manioca, Accechè

Le Attività che i fornitori svolgono sono: vendita merce ordinata, acquisizione merce pattuita, pagamento immediato e trasporto in negozio (con il partner italiano)

Le attività del fornitore della Costa d’Avorio: ordine, pagamento al 50%, vendita merce ordinata, trasferisce in Italia. Acquisizione della merce e pagamento del 50% a saldo.

**Motivazione della Partnership**

L’acquisto dal fornitore Italiano mi dà riduzione del rischio di approvvigionamento e dell’incertezza del mercato.

Ottimizzo e risparmio con il Fornitore della Costa d’Avorio perché compero i prodotti alla fonte. Specialmente nel caso i acquisto di farina da poter essere trasformata al mio negozio

**Attività Chiave:**

Il negozio vende alimentari ai clienti.

**Le attività per creare Valore** sono: Noi offriamo serietà: quello che prometto è vero ed il cibo è buono. Aiuto i Clienti ad avere sulla loro tavola i prodotti della propria terra che non si trovano nel quartiere. Soddisfaciamo anche bisogni particolare del Cliente come Olio di Palma Originale.

**Le attività per i Canali di Distribuzione** sono: Acquisto prevalentemente in negozio. In caso di grossi ordinativi, prendo in considerazione l’affitto di un furgone giornaliero.

**Le attività per le Relazioni con i Clienti sono**: volantinaggio, pubblicità tramite Facebook ed Instagram gratuitamente,

**Le attività necessarie per i ricavi** sono: Pubblicizzi anche una scontistica, Se un ordine è rilevante allora si accetta almeno un anticipo del 30% all’ordine ed il saldo alla consegna.

**Categorie di Attività**

Utilizziamo piattaforma web del fornitore per scegliere ed effettuare l’ordine di alimenti anche particolari

Possiamo anche produrre Accechè con la Farina, se il cliente lo chiede.

**Risorse Chiave**

Approvigionamento costante degli alimenti dai due partner richiede risorse continue di acquisizione di informazioni dal mercato.

Risorse umane presenti nell’attività: due familiari. Se il negozio si ingrandisce, posso anche assumere un aiutante al negozio.

Insegna che indica che i prodotti vengono dalla Costa d’Avorio (Marchio/Bandiera)

La risorsa Finanziaria sarà il prestito dal Microcredito

**Quali sono le Risorse per il nostro valore offerto**:

**Quali sono le Risorse per i nostri canali di distribuzione**: Utilizzo di risorse personali per la consegna anche fuori la città di Caivano, ma raggiungibili con treno/bus; in tal caso il pagamento è immediato, alla consegna.

**Quali sono le Risorse per le relazioni con i Clienti:** volantinaggio che indica anche gli sconti su alcuni alimenti. Proposta di scontistica personalizzata se il Cliente porta almeno altri 3 Clienti.

**Quali sono le Risorse per i ricavi**: Utilizzo del sistema Bancomat, anche portatile.

**Valore Offerto:** Offriamo ai Clienti i prodotti dei loro desideri e che vengono dal mio paese.

**I prodotti che offriamo sono**

Alimentari di varia origine, Accechè, Banane Plantea, burro di arachidi ed altri alimenti che provengono dalla Costa d’Avorio

Verdura, foglie di patate dolci e di manioca, Accechè dal fornitore italiano.

Accechè fatto da me nella cucina del negozio

**Il valore che offriamo ai Clienti è:**

Personalizzazione del Servizio; Prestazioni sicure e veloci; Novità: infatti ti tengo aggiornato con i volantini e sui Social; So Risolvere problematiche complesse (Treno che fa tardi …. ); Provenienza certa dei prodotti; Prezzo che sono minori del mercato; Riduzione i Rischi; Comodità nei pagamenti o nell’arrivo a destinazione dei prodotti; Recall per misurare il soddisfacimento del Cliente (Postvendita):

**Il problema dei Clienti che stiamo aiutando a risolvere è:**

La sicurezza di trovare i prodotti che voglio mangiare e che posso ordinare, sapendo che tu li ordini per me.

**Il pacchetto di prodotti/servizi che offriamo ai Clienti sono:**

I prodotti sono gli alimenti della Costa d’Avorio. I servizi sono la vendita al dettaglio ed anche all’ingrosso (ristorante)

**I bisogni dei Clienti che soddisfaciamo sono**

Non andare in altri negozi per trovare i prodotti che desidero

**Relazioni con i Clienti:** come interagiamo

**La relazione che voglio stabilire e mantenere con ognuno dei segmenti di Clientela è:** fiducia nella persona di Dan e nel suo personale; fiducia che i prodotti non sono deteriorati o scaduti; fiducia che riesci a rispondere alle richieste;

**La relazione che ho stabilito con i Clienti è:** di tipo continuativo;

**Come la relazione è integrata nel Business**: mediante il volantinaggio, l’uso dei Social e l’accoglienza quotidiana in un posto pulito.

**I Costi delle relazioni:** Il volantinaggio settimanale; costo della rete internet per usare i Social; costi di pulizia del negozio; mandare qualche altra risorsa che raggiunge il Cliente per consegnare l’ordine; assistenza personale dedicata (consigli quale pianta medicinale devo prendere); Relazione di Comunità: porto gratuitamente un prodotto alimentare alla festa organizzata dalla comunità della Costa d’Avorio in modo da farmi pubblicità;

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

Cittadini italiani; cittadini delle comunità africane;

**I clienti più importanti sono:** Africani; Clienti che acquistano all’ingrosso (ristorante etnico …); Associazioni che si occupano di integrazione sociale e che offrono i pasti agli Africani

**Il mercato di riferimento è:** prevalentemente Africano, ma anche italiano per far conoscere i nostri prodotti alimentari

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

Attraverso quali Canali vogliono essere raggiunti i miei Clienti: telefonata; email; messaggi dai Social; WhatsApp vocale; SmS; Ma ogni canale deve essere scelto e confermato dal Cliente;

**In che modo li sto raggiungendo:** con messaggi di conferma che la merce è partita o sta arrivando o è in treno; con recall per evidenziare il soddisfacimento del Cliente (Postvendita):

**Come sono integrati i miei canali:** sono stati integrati mediante un software che prende in carico l’ordine, fino all’arrivo a destinazione ed organizza i led.

**Quali canali funzionano meglio:** Quelli che mi garantiscono la fiducia del Cliente, la consapevolezza che è ancora mio Cliente, che mi aiutano a poter fare valutazioni e proiezioni

**Quali sono i più efficienti a livello di Costi:** tramite email;

**Come li stiamo integrando con le abitudini dei Clienti:** devo conoscere alcune date importanti: nascita, feste religiose o feste del tuo stato

**Struttura dei Costi:**

Cosa pago sostanzialmente

**I costi più importanti del Business sono:** Il rientro dal prestito del Microcredito; Il fornitore Italiano; Il fornitore della Costa d’Avorio; Organizzazione del Volantinaggio. Organizzazione per l’Utilizzo del sistema Bancomat, anche portatile. Acquisizione e rilascio della patente europea per me ed altri due collaboratori. Software che prende in carico l’ordine, fino all’arrivo a destinazione ed organizza i led, integrando i canali di comunicazione e restituendo i risultati.

**Le Risorse chiave più costose sono:** Il pagamento forfettario della prestazione di mio marito o di mia madre. Assumere un aiutante al negozio, e riconoscere da contratto uno stipendio e pagare contributi INPS, INAIL.

**Le Attività chiave più costose sono:** Creazione di una piccola cucina completa di fornello, tavolo di lavorazione, lavello, scarichi e rifiuti

Acquisto dell’Insegna che indica che i prodotti vengono dalla Costa d’Avorio (Marchio/Bandiera) e pagamento della tassa al Comune.

**La struttura dei costi** è snella, ed è focalizzata sulla creazione del valore.

**Costi fissi:** Salari: Affitto; Utenze

**Flussi di Ricavi:** Come Guadagniamo

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

**Per quale valore i Clienti vogliono pagare:** Personalizzazione del Servizio; Prestazioni sicure e veloci; Novità: infatti ti tengo aggiornato con i volantini e sui Social; So Risolvere problematiche complesse (Treno che fa tardi …. ); Provenienza certa dei prodotti; Prezzo che sono minori del mercato; Riduzione i Rischi; Comodità nei pagamenti o nell’arrivo a destinazione dei prodotti; Recall per misurare il soddisfacimento del Cliente (Postvendita):

**Per che cosa pagano**: per la fiducia nel mio essere imprenditrice

**In che modo pagano**: in contante; con Carta di Credito; Carta Prepagata;

**Come preferirebbero pagare:** Carta di Credito

Quanto contribuisce ai ricavi ogni flusso di ricavi: con i contanti si ottengono flussi immediati, ma di piccolo importo; con Carta di Credito il Cliente paga con maggiore sicurezza e può pagare anche da Internet, usando il software di gestione del negozio

**Tipi di Flussi e Ricavi**

Vendita di beni alimentari,

Abbonamenti,

Pubblicità

Prezzo di Listino