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: Import/Export sia ingrosso che dettaglio Realizzato da: Saliou**

**Partner Chiave:** chi ci aiuta.

I principali Partner saranno: Un collaboratore che lavora nel negozio qui in Italia; un collaboratore che segue la consegna a destinazione dei container

I principali fornitori saranno: Società di Servizi che fittano Container e nave che li trasporta; Società assicurativa

Le risorse chiave che acquisisco dal partner sono: dal collaboratore la risorsa è il lavoro che fa per la mia attività;

Le Attività chiave che i fornitori svolgono sono: Trasferimento merci via Container

**Motivazione della Partnership**

Risparmio sul fitto dei Container se la merce che devo trasportare me lo consente

Riduzione del rischio dell’incertezza del mercato: Il rischio dipende dalla merce da trasportare (tassazione del paese di provenienza e destinazione) ed anche dalla certezza del contenuto del packaging;

**Attività Chiave:** cosa facciamo

**Le attività per creare Valore** **sono**: LA garanzia che i prodotti arrivino ed in condizioni come da contratto. La puntualità, a meno di piccole variazioni che non dipendono da mia volontà, ma da cause esterne; Tutto regolato da Contratto

**Le attività per i Canali di Distribuzione** **sono**: Organizzare il contatto con la Società di Servizi che fittano Container e nave che li trasporta, mediante un contratto internazionale

**Le attività per le Relazioni con i Clienti sono**: pubblicità, volantinaggio, uso Social, campagna per verificare l’arrivo della merce a destinazione ed il soddisfacimento del Cliente;

**Le attività necessarie per i ricavi sono**: creazione di un Conto Corrente Dedicato; POS; Campagna per confermare contrattualmente agli acquirenti che sono garantiti da noi per la partenza e l’arrivo della merce ordinata

**Categorie di Attività**

Soluzione di Problemi: Immediata comunicazione ai Clienti di differenze di fornitura o ritardi; Monitoraggio costante del trasferimento con il vettore scelto; Garanzia di “soddisfatti o rimborsati”. Le soluzioni saranno possibili se il Contratto internazionale è efficace ed efficiente con i terzi. Copertura assicurativa.

Piattaforma / Rete: Piattaforme di comunicazione delle società dei servizi Container; rete di collaboratori che seguono per me il processo di consegna

**Risorse Chiave**

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

**Quali sono le Risorse per i nostri canali di distribuzione**:

**Quali sono le Risorse per le relazioni con i Clienti:**

**Quali sono le Risorse per i ricavi**:

**Valore Offerto:**

**I prodotti che offriamo sono**

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

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

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

**I bisogni dei Clienti che soddisfaciamo sono**

**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