

Luca Leonardini

# BUSINESS MODEL CANVAS PER TUTTI

*Per il successo  
del tuo progetto d'impresa*

*Reinvento il Business*



**REAGISCI**



**ROMPI**



**AMA**

# Business model canvas per tutti

*Per il successo del tuo progetto d'impresa*

*Reinvento il Business*

*di Luca Leonardini, Febbraio 2018*



*Questa pubblicazione è distribuita con  
Licenza Creative Commons Attribuzione 4.0 Internazionale (CC BY 4.0).*

## Sommario

<i>Introduzione</i>	4
<i>Come utilizzare l'ebook</i>	6
<i>Modello di business e business model canvas</i>	7
<i>"Perché?"</i>	10
<i>"Visione"</i>	12
<i>Template vuoto da stampare</i>	13
<i>Template con le domande da stampare</i>	14
<i>Bibliografia</i>	15
<i>Restiamo in contatto</i>	16

# Introduzione

L'imprenditore di oggi è colui o colei che trova una nuova ragione di esistere nella società, risolvendo problemi importanti in modo trasformativo. (Irene Cassarino)

Basta poco per accorgersi che oggi essere imprenditore è molto "cool" sono tutti imprenditori o molti aspirano a diventarlo.

Fare impresa è diventata una modalità che aiuta l'espressione delle capacità creative individuali, al pari delle scienze e delle arti, contribuendo alla piena realizzazione della persona.

La realtà però dimostra che fare l'imprenditore non è una passeggiata. I dati sono sconcertanti:

- oltre il 75% delle attività non sopravvive oltre il quinto anno,
- oltre il 70% dei nuovi prodotti è un flop,
- il 90% delle startup muore (Forbes).

Dati che evidenziano la tendenza consolidata in Italia (ma non solo) ad avviare attività imprenditoriali e commerciali più per cogliere opportunità immediate di fare soldi, che per creare vera ricchezza e valore.

Nella fretta di cogliere il famoso momento magico, la maggior parte dei neo-imprenditori, imita semplicemente modelli esistenti finendo per riprodurre passivamente modelli di business inefficaci e comportamenti inadeguati.

Un approccio perdente che crea una spirale verso il basso di cui vediamo bene gli effetti in ogni settore.

## **Perché un ebook sul business model canvas?**

Ho creato questa pubblicazione per aiutarti a non inciampare negli errori più comuni, a evitare la trappola di "fare quello fanno gli altri", guidandoti attraverso una riflessione sulla tua attività imprenditoriale (esistente o che stai progettando) per vederla da un altro punto di vista.

Il business model canvas è lo strumento più efficace con cui iniziare a raccogliere e visualizzare le informazioni utili per valutare la fattibilità, la desiderabilità e la sostenibilità del tuo progetto.

Fare il business model canvas è un esercizio iterativo di riflessione critica, una simulazione della realtà sulla carta che ti consente di identificare e di evitare gli errori tipici degli inventori-innovatori, potenziando così le probabilità di successo della tua iniziativa o del tuo progetto.

Meglio sbagliare prima sulla carta, che dopo nella realtà.

### **Cosa trovi in questo ebook?**

Il breve percorso dell'ebook ti permette di guardare ciò che conosci sin troppo bene con nuovi occhi, da una nuova prospettiva per trovare idee utili alla crescita del tuo progetto.

Questo ebook è la sintesi di un percorso collaudato di oltre sei anni di insegnamento di alta formazione in Italia e all'estero, da anni di formazione professionale che ho erogato in aziende, istituzioni, progetti, associazioni e piccole attività, da una montagna di ore di consulenza e di lavoro svolto in azienda.

Nell'ebook trovi un video introduttivo che spiega in dettaglio come riempire il template fornito in due formati: uno vuoto da compilare o da ricopiare e uno con le domande per guidare le riflessioni. Infine ti spiego anche come riempire le due aree più importanti del business model canvas: il tuo "perché?" e la tua "visione".

Se desideri approfondire l'argomento non esitare a contattarmi:

- per telefono: 329-4458381
- per email: [leonardiniluca@gmail.com](mailto:leonardiniluca@gmail.com)

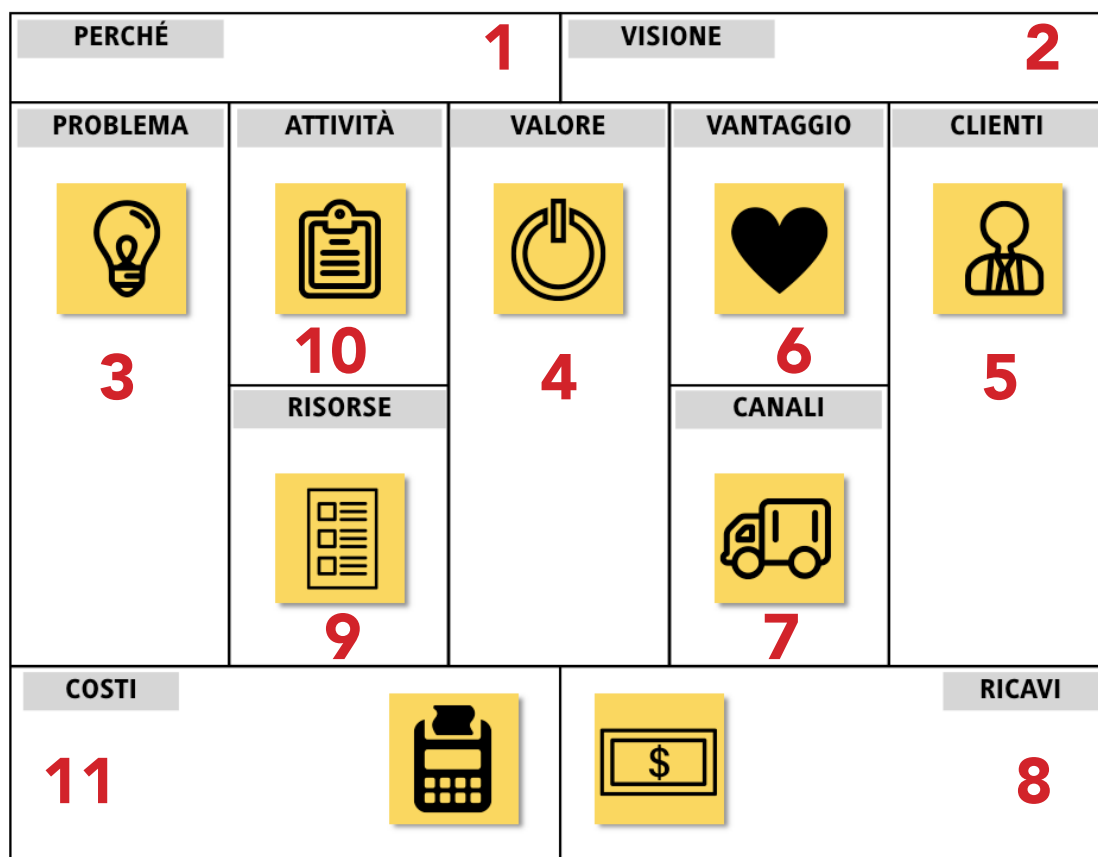
Buona lettura!

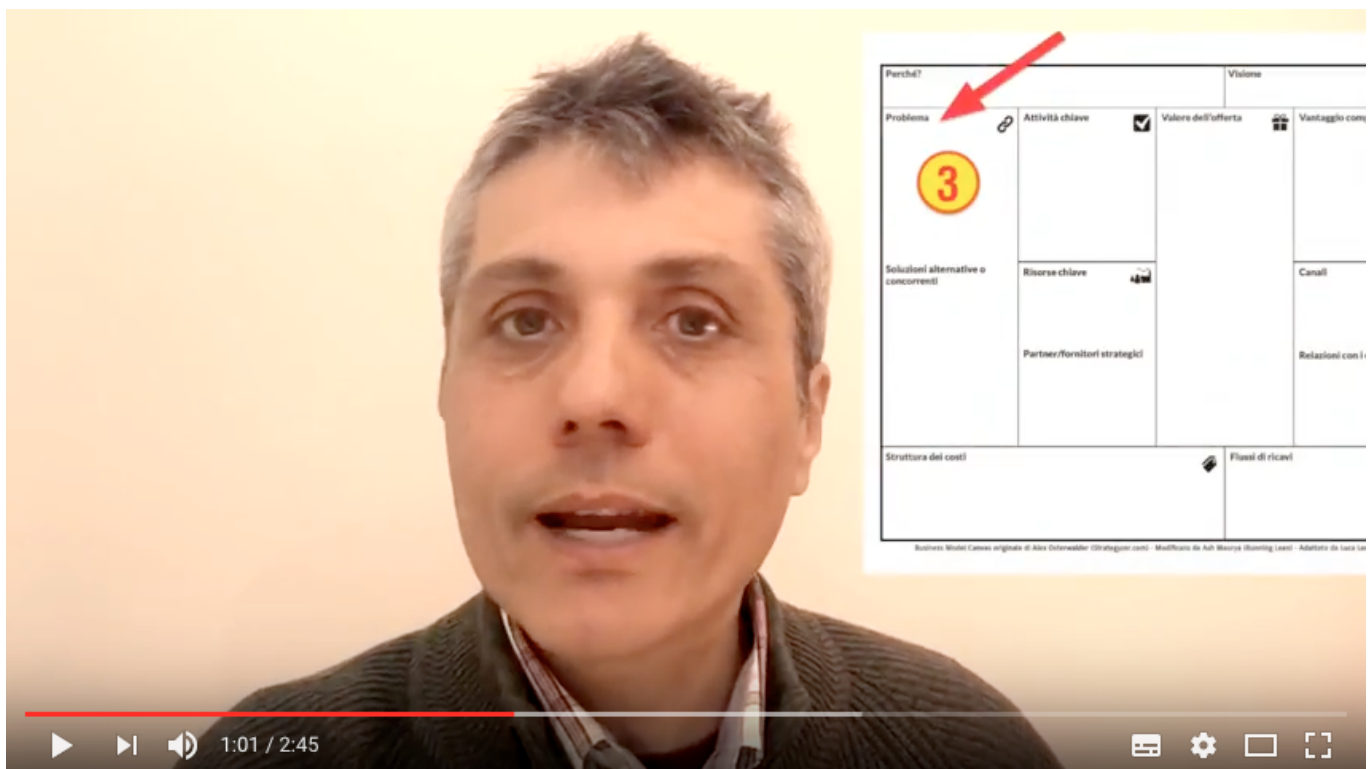
Luca

## Come utilizzare l'ebook

Suggerimenti:

1. Puoi visionare il video introduttivo e leggere il testo di apertura dell'argomento.
2. Stampa su un A4 o un A3 il template di business model canvas che trovi a pagina 13 e 14.
3. Segui la sequenza logica suggerita dalle cifre rosse in ogni sezione dello schema qui sotto, per riempire ciascuna area che compone il modello che hai stampato o disegnato.
4. Cosa scrivere in ciascuna area? Nel template a pagina 14 trovi delle domande in ciascuna delle 11 aree: ti aiutano a riflettere sull'argomento. Prendi nota di tutto.
5. Se rispondi alle domande, al termine ottieni uno schema completo per confrontarti con amici, parenti, colleghi, collaboratori.





## Modello di business e business model canvas

Il Business Model Canvas è lo schema per valutare se l'idea che vuoi sviluppare è un modello di business sostenibile che crea valore.

Cos'è il modello di business?

È la logica con la quale un'organizzazione crea, distribuisce e cattura valore per acquisire un vantaggio competitivo. (Definizione Wikipedia)

In realtà il modello di business non riguarda tanto il prodotto o il servizio, quanto il modo in cui viene distribuito e consumato.

Ad esempio Netflix, Spotify, amazon, Ryanair, fanno pensare a film, canzoni, libri, viaggi, senza tuttavia che nessuno di loro abbia inventato o modificato alcunché di questi prodotti, al di fuori della modalità rivoluzionaria con cui li fanno desiderare, consumare, utilizzare, acquistare.

La chiave del loro successo e la rivoluzione che hanno operato quindi non è implicita nel prodotto, bensì nelle sue innovative modalità di distribuzione e di consumo e ciò è il risultato di un'accurata progettazione effettuata con lo schema del business model canvas.

Di fatti, grazie a queste modalità innovative di distribuzione, oggi

viaggiamo tutti più di prima e consumiamo maggiori quantità di musica, film e libri di quanto non eravamo abituati a fare in passato.

Paradossalmente non è il prodotto o il servizio la chiave per “fare soldi”, bensì il modello di business che inventi e costruisci intorno alla tua idea innovativa, per questo il tuo vero prodotto in ultima analisi è la logica con cui crei valore sostenibile.

Lo schema del business model canvas ha il duplice scopo di:

- focalizzare su ogni aspetto che riguarda la progettazione e la gestione della tua idea,
- valutarne la sostenibilità economica identificando la differenza tra le fonti di reddito e la struttura dei costi.

È uno strumento di lavoro di gruppo che agevola la comunicazione con una particolarità: è un lavoro di perfezionamento e di aggiustamento continui che richiede un approccio iterativo che non finisce mai (quasi!) che offre al tuo team la libertà, la flessibilità di modificarlo e di migliorarlo in qualsiasi momento.

Attiro la tua attenzione sulle due aree nella parte superiore dello schema: “Perché?” a sinistra e “Visione” a destra.





Sono due aree inseparabili dal resto: tutto ruota intorno alla motivazione che ti spinge e allo scopo che vuoi raggiungere (oltre il profitto).

Qualsiasi modello di business che non riflette la motivazione e la visione in ciascuna delle restanti nove aree dello schema, non crea valore per nessuno.

Per questo nelle pagine che seguono troverai due sezioni per identificare il "Perché?" e la "Visione" della tua idea. Infine troverai due modelli dello schema:

- a pagina 13 ne trovi uno vuoto che puoi stampare o disegnare su A4 o A3
- a pagina 14 ne trovi uno con le domande per riflettere e ragionare su ogni aspetto che riguarda lo sviluppo della tua idea di progetto.



*Rispetta il tuo ambiente,  
pensa prima di stampare.*

## “Perché?”

“Perché hai scelto di fare quello che fai? Perché?”

Rispondendo a queste domande trovi il tuo *Massive Transformative Purpose*, l’aspirazione più elevata verso cui tende tutta l’organizzazione, il suo scopo ultimo che non coincide con gli obiettivi di vendita o con qualsiasi tipo di risultato misurabile economicamente.

Se hai scelto di fare quello che fai, significa che il problema ti appassiona, che hai una causa in cui credi o un problema per il quale vuoi trovare la soluzione ad ogni costo e che diventa la tua missione, il tuo scopo di vita.

Abbiamo visto che l’imprenditore odierno è colei o colui che trova una nuova ragione di esistere nella società, risolvendo problemi importanti in modo trasformativo.

Bene, il *Massive Transformative Purpose* è la leva che attira persone che condividono il tuo “perché”, la tua motivazione per risolvere un determinato problema.

Dunque sulla base di questa consapevolezza, pensa a come la tua motivazione farà la differenza nella vita delle persone a cui risolvi un problema ed elabora una frase autentica, chiara, semplice che definisce il tuo il tuo perché (evita aggettivi e avverbi).

Prima di identificare il tuo “perché?” rifletti su queste domande:

1. Quale problema ti appassiona che vuoi risolvere?
2. Quale motivo hai per risolverlo oltre l’eventuale profitto?
3. In che modo, attraverso la tua soluzioni pensi di migliorare la vita delle persone?

Per aiutarti ecco alcuni esempi di "perché" o MTP famosi:

- amazon: il miglior servizio al mondo
- airbnb: molto più che viaggiare
- Tesla: dati, mobilità, energia
- Google: organizzare la conoscenza universale e renderla accessibile a tutti
- TED: idee che vale la pena diffondere
- Quirky: rendere accessibile l'invenzione
- Uber: trasporto affidabile come acqua corrente per tutti dovunque

Vuoi conoscere il mio "Perché?"?

Ecco il mio MTP: "Reinventare il business".

Sei in grado di identificare il tuo "Perché?" escludendo ogni considerazione legata al profitto e alle valutazioni economiche?

"Perché hai scelto di fare quello che fai?" Scrivilo qui sotto:

## “Visione”

La visione è come vuoi che sia il mondo tra 20 o 30 anni, come lo immagini trasformato grazie al contributo del tuo impegno, naturalmente escludendo fatti imponderabili, impedimenti dovuti a cause di forza maggiore.

Per identificare la tua “Visione” rifletti su queste domande:

1. Quale scopo vuoi raggiungere (escludendo ogni considerazione o valutazione economica) attraverso ciò che farai?
2. Quale vantaggio porta nel mondo la tua soluzione?

Vuoi conoscere la mia “Visione”?

“Creare un mondo in cui le aziende competono per essere le migliori per i loro clienti, non le più grandi.”

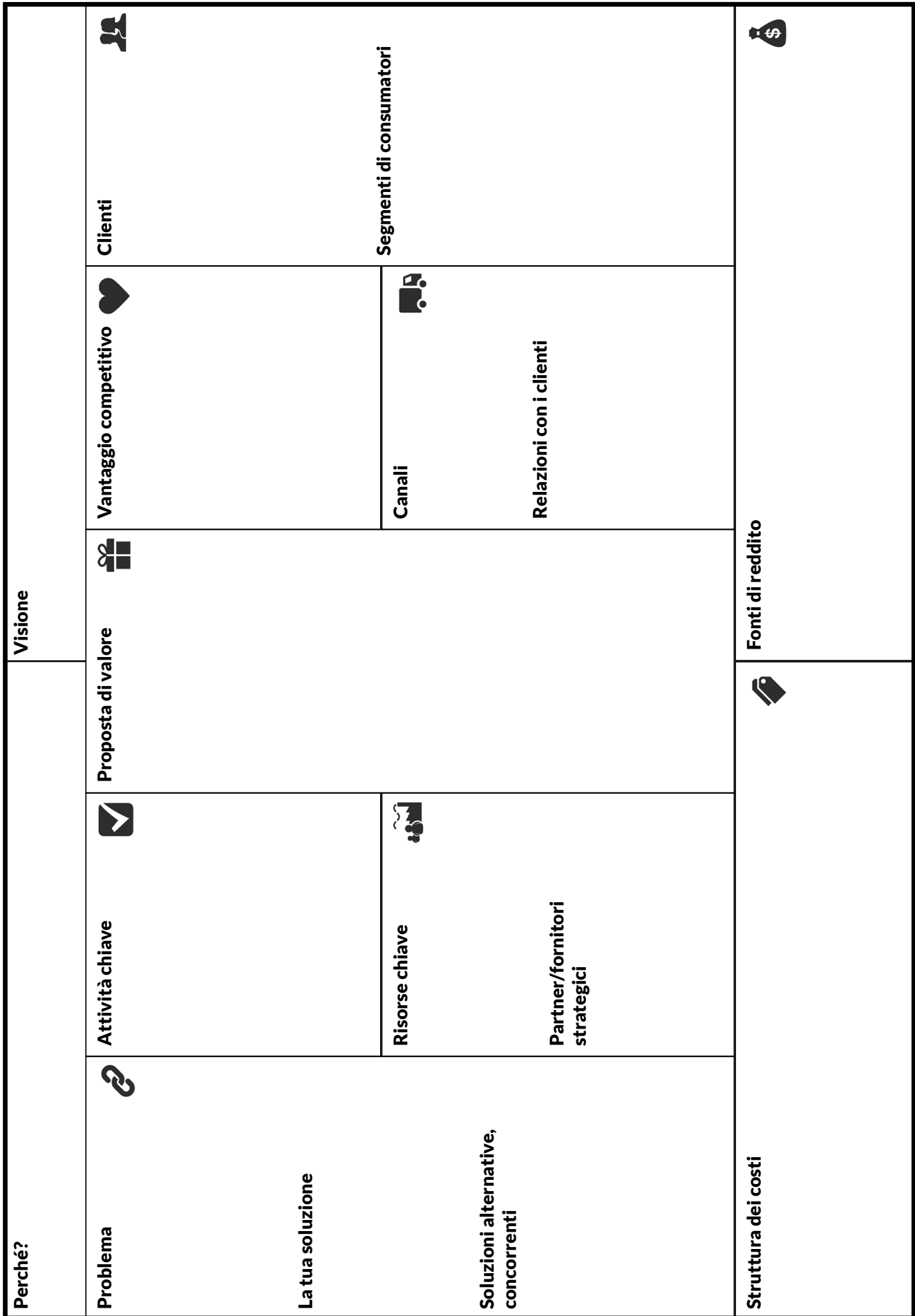
Lo scopo che voglio raggiungere attraverso la mia visione?

“Contribuire a diminuire i fallimenti e le chiusure di attività imprenditoriali.”

Il vantaggio?

“Creare attività imprenditoriali competitive fa bene alla comunità e evita le spiacevoli conseguenze collegate al fallimento delle stesse.”

Quale scopo vuoi raggiungere con la tua attività?



<p><b>Perché?</b> "Perché hai scelto di fare quello che fai?" Qual è l'aspirazione più elevata, il tuo scopo ultimo che non coincide con obiettivi di vendita o con qualsiasi tipo di risultato misurabile economicamente.</p>	<p><b>Visione</b> Come vuoi che sia il mondo tra 20 o 30 anni? Come lo immagini trasformato grazie al contributo del tuo impegno? (naturalmente escludendo l'imponderabile e cause forza maggiore)</p>		<p><b>Clienti</b> Per chi stai creando valore? A chi ti rivolgi? Chi sono le persone che hanno il problema che vuoi risolvere?</p>
<p><b>Problema</b> Elenca 3 problemi che ti appassionano e che vuoi risolvere. Quale/i opportunità hai identificato?</p>	<p><b>Proposta di valore</b> Come la tua soluzione migliora la vita delle persone? Come risolvì i problemi dei clienti? In che modo crei valore che soddisfa esigenze, motivazioni, aspettative dei clienti? Si breve evitando l'uso di aggettivi e avverbi.</p>	<p><b>Vantaggio competitivo</b> Il tuo vantaggio competitivo è qualcosa che non può essere copiato o acquistato facilmente da altri. Qualcosa che hai solo tu, ed averlo uguale/migliore è svantaggioso per i concorrenti. (una skill o un insieme di skill, risorse economiche, strutture o infrastrutture, know-how specifico, brevetti, mentalità, visione, ...)</p>	<p><b>Fonti di reddito</b> Quali flussi diretti e indiretti derivano dal valore offerto con successo ai clienti? Per cosa pagano attualmente? Come ti pagano?</p>
<p><b>Attività chiave</b> Quali attività devi svolgere per creare il valore promesso ai clienti?</p>	<p><b>Risorse chiave</b> Quali beni o risorse ti occorrono per offrire e distribuire la tua soluzione? Quali beni o risorse ti occorrono per produrre il valore promesso?</p>	<p><b>Canali</b> Elenca i canali attraverso i quali vuoi incontrare i clienti. Come li raggiungi o come vuoi essere raggiunto? Come ti fai conoscere e riconoscere? Come ti promuovi?</p>	<p><b>Segmenti di consumatori</b> Puoi fare un elenco e suddividerli in gruppi specifici o in segmenti di clientela? Ci sono clienti o utenti più importanti? Conosci queste persone e sai dove vivono?</p>
<p><b>La tua soluzione</b> Scegli il problema che ti appassiona di più, la cui soluzione ritieni più urgente. Qual è la tua soluzione? Descrivila senza aggettivi o avverbi. Perché la tua soluzione è importante per le persone alle quali ti rivolgi?</p>	<p><b>Attività chiave</b> Quali attività devi svolgere per creare il valore promesso ai clienti?</p>	<p><b>Relazioni con i clienti</b> Quali strumenti e strategie adotti per stabilire e mantenere relazioni con i clienti e con ciascun segmento di clientela. Come pensi di fidelizzare i clienti o di creare una comunità?</p>	<p><b>Struttura dei costi</b> Quali sono i costi più importanti del tuo modello di business? Quali sono le risorse più costose? Quali sono le attività più costose? Quali sono i costi fissi? Quali sono i costi variabili? Hai un'idea del break-even point?</p>
<p><b>Soluzioni alternative, concorrenti</b> Qualcuno ha già provato a risolvere questo problema? Conosci pregi e difetti di soluzioni alternative?</p>	<p><b>Partner/fornitori strategici</b> Ci sono dei partner o fornitori senza i quali la tua soluzione non esisterebbe? Quali risorse ottieni da loro e quali attività svolgono?</p>	<p><b>Fonti di reddito</b> Quali flussi diretti e indiretti derivano dal valore offerto con successo ai clienti? Per cosa pagano attualmente? Come ti pagano?</p>	<p><b>Struttura dei costi</b> Quali sono i costi più importanti del tuo modello di business? Quali sono le risorse più costose? Quali sono le attività più costose? Quali sono i costi fissi? Quali sono i costi variabili? Hai un'idea del break-even point?</p>



## Bibliografia

- Creare Modelli di Business, di Alex Osterwalder e Yves Pigneur
- Business Model You, di Tim Clark con Alex Osterwalder e Yves Pigneur

---

## Restiamo in contatto

Clicca sui nomi dei profili social, sono dei collegamenti attivi.



**Telefono: 329-445 83 81**

**Email: [leonardini@gmail.com](mailto:leonardini@gmail.com)**

**[LinkedIn](#)**

**[Twitter](#)**

**[Instagram](#)**

**[Facebook](#)**

**[Sito e blog](#)**

**[Livorno2020](#)**