

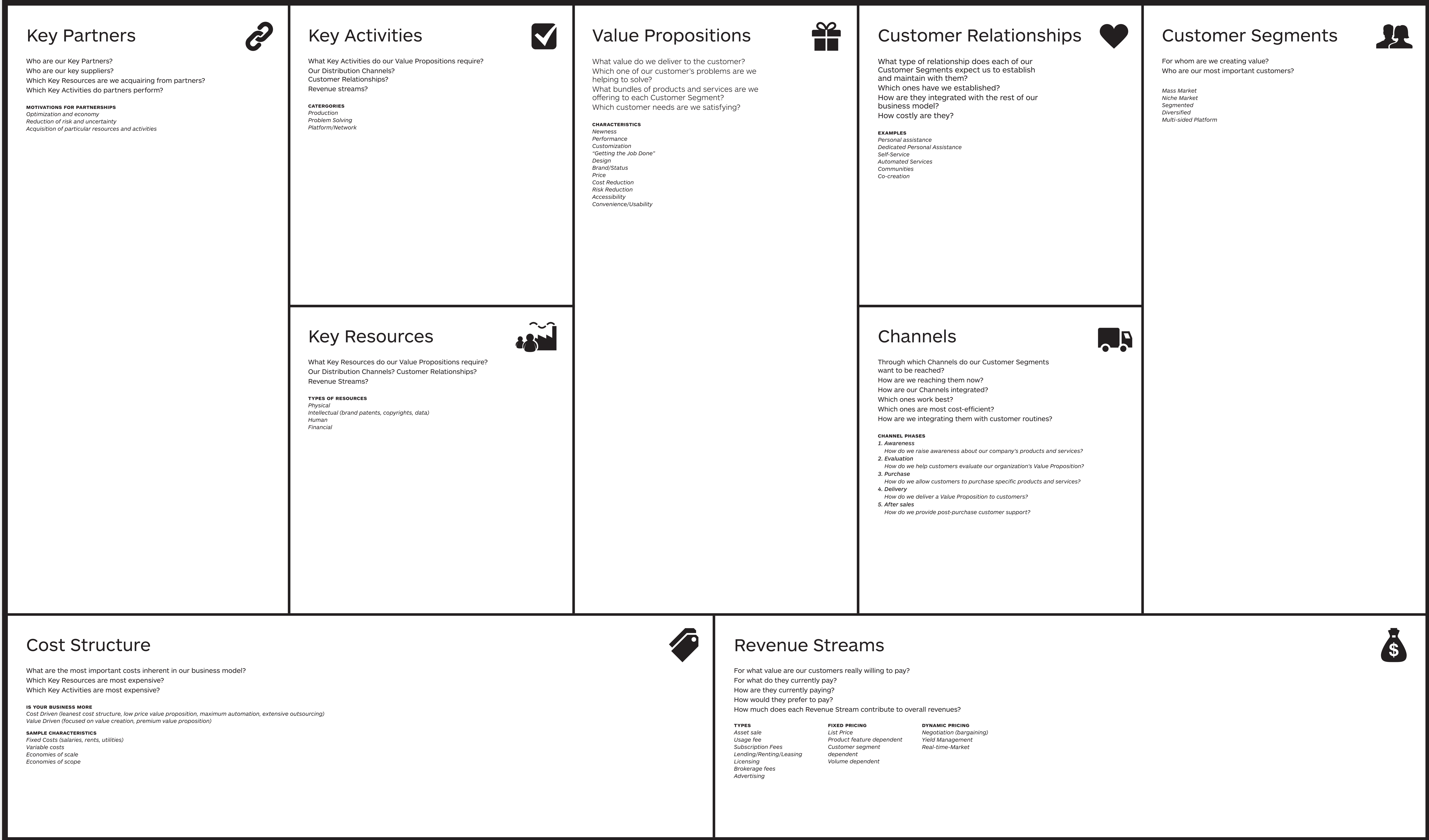
# The Business Model Canvas

Designed for:

Designed by:

Date:

Version:



DESIGNED BY: Business Model Foundry AG  
The makers of Business Model Generation and Strategyzer

This work is licensed under the Creative Commons Attribution-Share Alike 3.0 Unported License. To view a copy of this license, visit: <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/> or send a letter to Creative Commons, 171 Second Street, Suite 300, San Francisco, California, 94105, USA.

# Il Business Model Canvas

Progettato per:

Progettato da:

Il:

Iterazione:



DISEGNATO DA: Business Model Foundry AG  
I creatori di Business Model Generation e Strategyzer

Questo lavoro è pubblicato sotto licenza Creative Commons Attribution-Share Alike 3.0 Unported: <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/>  
Adattamento italiano di @Beople\_me - BusinessModelCanvas.it

# Business Model - The Empathy Map

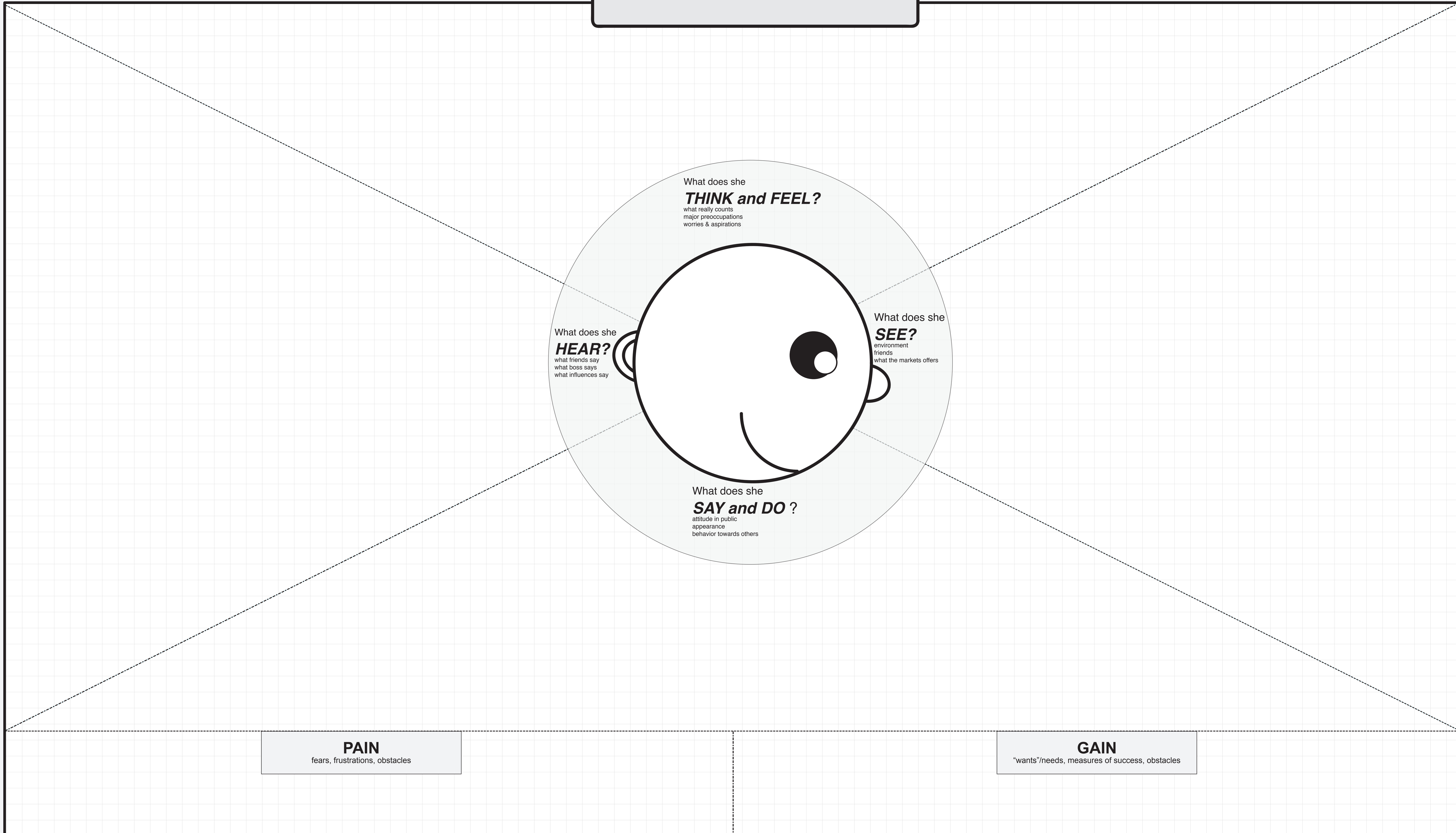
Designed for:

Designed by:

Date:

Iteration:

Customer Perspective:



# Business Model - L'Empathy Map

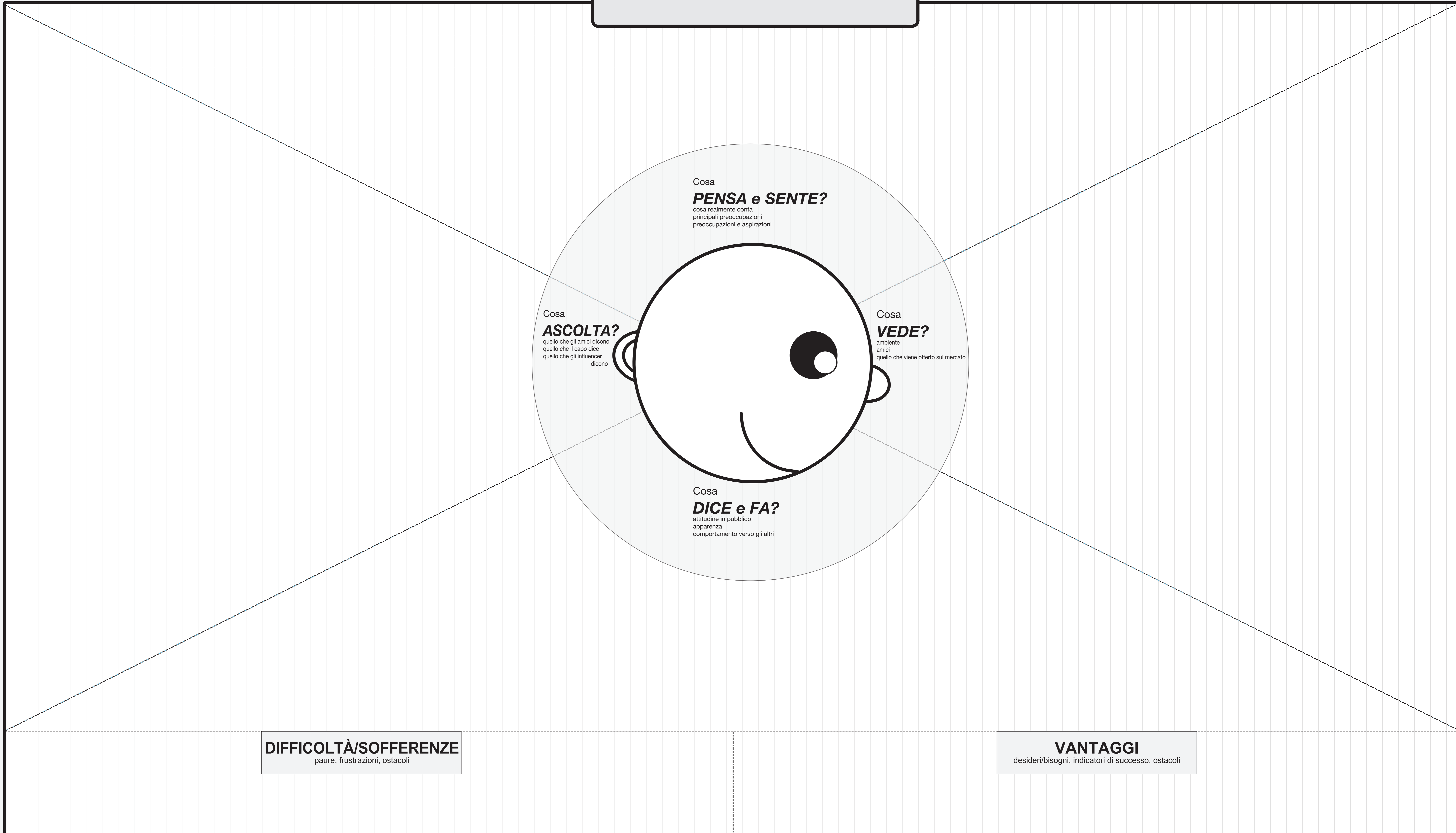
Progettato per:

Progettato da:

Il:

Iterazione:

Prospettiva del Cliente:



# The Personal Business Model Canvas



**Who helps you**  
(Key Partners)



**What you do**  
(Key Activities)



**How you help**  
(Value Provided)



**How you interact**  
(Customer Relationships)



**Who you help**  
(Customers)



**Who you are &  
what you have**  
(Key Resources)



**How they know  
you & how you  
deliver** (Channels)



**What you give** (Costs)



**What you get** (Revenue and Benefits)



# Personal Business Model Canvas

Nome:

## Chi ti aiuta (Partner Chiave)



Chi ti aiuta a fornire valore per gli altri?  
Chi ti supporta in altri modi, e come?  
Hai Partner che forniscono Risorse Chiave o svolgono Attività Chiave al tuo posto?  
Potrebbero farlo?

**I PARTNER CHIAVE POTREBBERO INCLUDERE:**

- Amici
- Membri della famiglia
- Supervisor
- Personale delle risorse umane
- Colleghi e collaboratori
- Fornitori
- Soci delle associazioni professionali
- Mentori o consulenti, ecc.

## Cosa fai (Attività Chiave)



Elenca diverse attività critiche che esegui al lavoro ogni giorno e che distinguono la tua professione dalle altre.  
Quale di queste Attività Chiave richiede il tuo Valore Offerto?  
Quali Attività richiedono i tuoi Canali e le Relazioni con i Clienti?

**CONSIDERA COME LE TUE ATTIVITÀ POSSONO ESSERE RAGGRUPPATE NELLE SEGUENTI AREE:**

- Fare (costruire, creare, risolvere, offrire, ecc.)
- Vendere (informare, persuadere, insegnare, ecc.)
- Supportare (amministrare, calcolare, organizzare, ecc.)

## Come ti rendi utile (Valore Offerto)



Che valore porti ai Clienti?  
Quale problema risolvi o bisogno soddisfi? Descrivi i benefici specifici che i Clienti ottengono come risultato del tuo lavoro

**CONSIDERA SE IL TUO VALORE OFFERTO:**

- Riduce il rischio
- Diminuisce i costi
- Aumenta la convenienza o l'usabilità
- Migliora le prestazioni
- Aumenta il piacere o soddisfa i bisogni basilari
- Soddisfa un bisogno sociale (marca, status, riconoscimento, ecc.)
- Soddisfa un bisogno emotivo

## Come interagisci (Relazione con i Clienti)



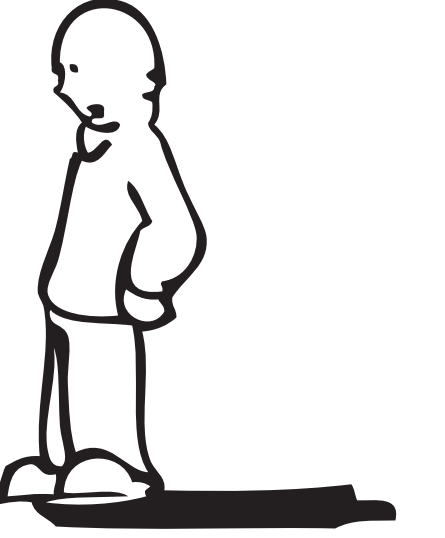
Che tipo di rapporto i tuoi Clienti si aspettano tu stabilisca e mantenga con loro?  
Descrivi il tipo di relazione che hai ora.

**ALCUNI ESEMPI POTREBBERO INCLUDERE:**

- Assistenza personale
- Assistenza personale dedicata
- Assistenza remota via e-mail, Skype, ecc.
- Collega o comunità di utenti
- Co-creazione
- Self-service o servizi automatizzati

ecc.

## A chi sei utile (Clienti)



Per chi crei valore?  
Chi è il tuo Cliente più importante?  
Chi dipende da te per poter fare il suo lavoro?  
Chi sono i Clienti dei tuoi Clienti?

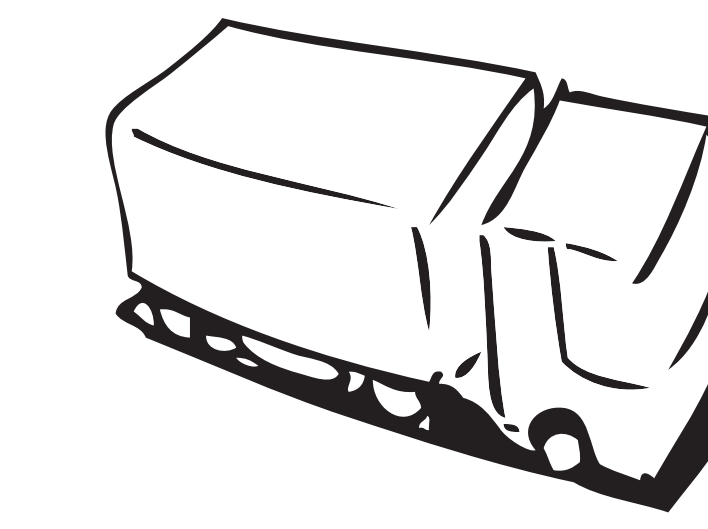
## Chi sei e cosa hai (Risorse Chiave)



Cosa ti entusiasma di più nel tuo lavoro?  
Classifica le tue preferenze:  
Ti piace avere a che fare principalmente con

*1) persone, 2) informazioni/idee, o 3) cose ed oggetti/lavoro all'aperto?*  
Descrivi un paio di tuoi talenti (cose che fai naturalmente senza sforzo) e alcune tue capacità (cose che hai imparato a fare).  
Elenca alcune delle tue altre risorse: rete personale, reputazione, esperienza, abilità manuali, ecc.

## Come ti fai conoscere e come porti valore (Canali)



Attraverso quali Canali i tuoi Clienti preferiscono essere raggiunti?  
Come li stai raggiungendo adesso?  
Quali Canali funzionano meglio?

**FASI DEI CANALI:**

1. Consapevolezza: Come ti trovano i potenziali Clienti?
2. Valutazione: Come aiuti i potenziali Clienti a valutare il tuo Valore?
3. Acquisto: Come i nuovi Clienti ti assumono o acquistano i tuoi servizi?
4. Consegna: Come porti il Valore ai Clienti?
5. Post-vendita: Come continui a supportare i Clienti e ad assicurarti che siano soddisfatti?

## Cosa dai (Costi)

Che cosa dai al tuo lavoro (tempo, energia, ecc.)?  
A cosa rinunci per il lavoro (tempo familiare o personale, ecc.)?  
Quali Attività Chiave sono più "costose" (prosciuganti, stressanti, ecc.)?

**ELENCA I COSTI DIRETTI E INDIRETTI ASSOCIATI AL TUO LAVORO:**

**Costi immateriali:**

- Stress o insoddisfazione
- Mancanza di opportunità di crescita personale o professionale
- Basso riconoscimento, contributi sociali

ecc.

**Costi materiali:**

- tempo o impegni di viaggio eccessivi
- pendolarismo o spese di viaggio non rimborsati
- formazione auto-finanziata, istruzione, attrezzature,
- materiali, o altri costi

ecc.



## Cosa ottieni (Ricavi e Benefici)

Per quale valore i tuoi Clienti sono veramente disposti a pagare?  
Per che cosa pagano adesso?  
Come pagano adesso?  
Come potrebbero preferire pagare?

**DESCRIVI RICAVI E BENEFICI:**

Quelli materiali potrebbero includere:

- Salari
- Stipendi o compensi professionali
- Pagamenti in natura o scambi di merci o servizi
- Assicurazioni sanitarie
- Contributi previdenziali
- Stock option o partecipazione agli utili
- Supporto allo studio

ecc.

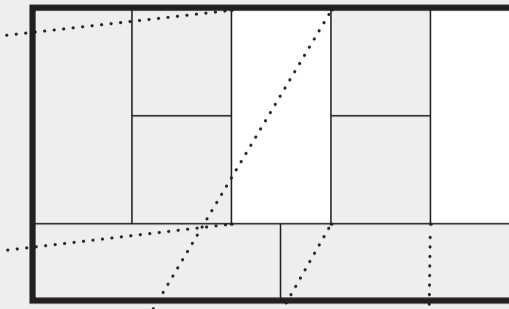
Quelli personali potrebbero includere:

- Soddisfazione, piacere
- Sviluppo professionale
- Riconoscimento
- Contributo alla società
- Orari o condizioni flessibili

ecc.

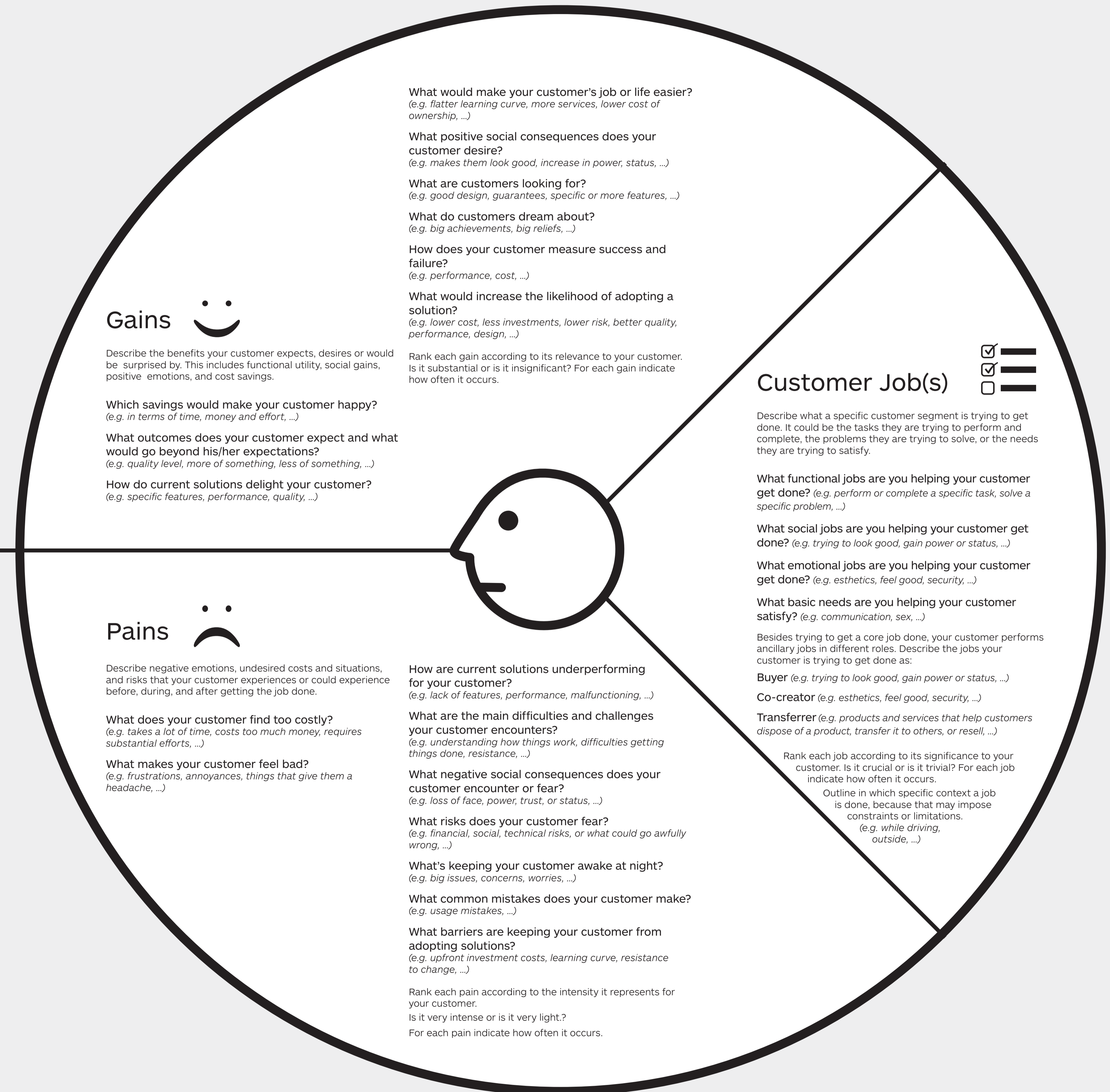


# The Value Proposition Canvas



Value Proposition

Customer Segment



# Il Value Proposition Canvas

Proposta di Valore

Segmento di Clientela

