



Città metropolitana  
di Roma Capitale

# Porta Futuro



## Il modello porta futuro

Servizi innovativi per il futuro del lavoro

A cura di Catia Leoni





# Business model canvas

*«La logica*

*con la quale un'organizzazione  
crea, distribuisce e cattura valore»*

Alexander Osterwalder



Città metropolitana  
di Roma Capitale

Sai spiegare la  
differenza tra:  
Business Plan e  
Business Model?





Il Business Plan  
descrive **che cosa**,  
**quanto tempo** e **quanti**  
**soldi** ti serviranno per  
mettere in pratica il  
tuo Business Model



Il Business Model (o  
modello di business) è  
l'insieme delle soluzioni  
organizzative e  
strategiche attraverso le  
quali l'impresa  
acquisisce  
un **vantaggio  
competitivo**



Città metropolitana  
di Roma Capitale

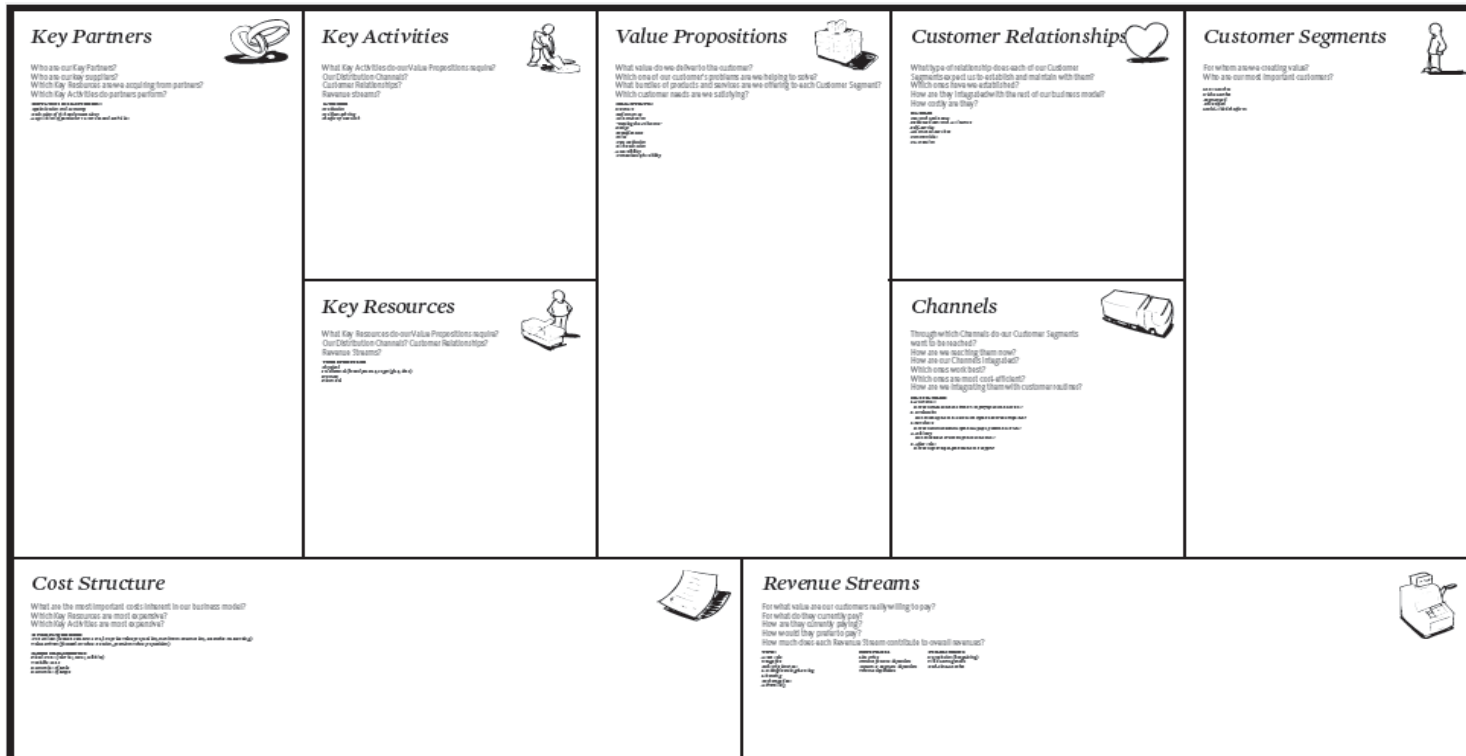


Prima si progetta  
il business model  
e solo dopo  
si compila  
il business plan





**Il Business Model Canvas, descritto nel bestseller [Business Model Generation](#) (in italiano [Creare Modelli di Business](#)), da [Alexander Osterwalder](#)**



**E' uno strumento strategico che utilizza il linguaggio *visuale* per creare e sviluppare modelli di business innovativi. Consente di rappresentare visivamente il modo in cui un'azienda crea, distribuisce e cattura valore.**





## I 9 elementi del Business Model

1. clienti

2. valore

3. canali

4. relazione

5. ricavi

6. risorse

7. attività

8. partner

9. costi

Il **Business Model Canvas** è un potente framework all'interno del quale sono rappresentati sotto forma di blocchi i **9 elementi costitutivi** di un'azienda





## Segmenti di clientela



### Cos'è:

clienti divisi in gruppi  
per bisogni, interessi,  
tipo di relazione,  
profitto e canali di  
distribuzione

### Fare:

- descrivere i clienti
- dividerli in classi
- capire i bisogni
- per cosa pagano
- quanto rendono



## Valore Offerto



### Cos'è:

qualcosa di utile per i  
clienti, che l'Azienda è  
in grado di dare

### Fare:

- descrivere valore/i
- dividerli in classi
- collegarli con i clienti



## Canali



### Cos'è:

il mezzo con cui il valore offerto raggiunge il cliente nelle fasi: comunicazione, distribuzione, vendita

### Fare:

- classificare i canali
- ciclo di vita acquisto
- esperienza di acquisto



## Relazioni con i clienti



### Cos'è:

il modo in cui l'Azienda  
acquisisce e conserva i  
clienti

### Fare:

- esperienza cliente
- immagine azienda
- efficacia



## Flussi dei ricavi



### Cos'è:

incassi generati dai  
diversi tipi di clienti;  
divisi anche per  
categoria di valore  
offerto

### Fare:

- come pagano i clienti
- per cosa pagano
- definizione dei prezzi





## Risorse chiave



## Cos'è:

- come pagano i clienti
- per cosa pagano
- definizione dei prezzi

## Fare:

- elenco risorse
- relazione con il valore offerto



## Attività chiave



### Cos'è:

cosa bisogna fare per creare il valore offerto ai clienti: produrre, inventare, pubblicizzare

### Fare:

- elenco attività'
- relazione con il valore offerto



## Partner Chiave



### Cos'è:

con chi vuole lavorare  
l'Azienda, per creare  
il valore da offrire  
al cliente: alleanze  
strategiche, fornitori,  
cooperazioni

### Fare:

- riduzione dei costi
- riduzione dei rischi
- fornitori speciali
- alleanze





## Struttura dei costi



### Cos'è:

il denaro speso  
dall'Azienda per le  
risorse chiave, le  
attività  
chiave e per i partner

### Fare:

- elenco dei costi
- costi fissi
- costi variabili



Grazie per l'attenzione





Città metropolitana  
di Roma Capitale



**Catia Leoni**

[c.leoni@cittametropolitanaroma.gov.it](mailto:c.leoni@cittametropolitanaroma.gov.it)

**06/67664861**

**06/67664868**

