

Learning Lab

© SDA Bocconi School of Management

Start-up!
Business Model Canvas

October 2012

Start-up!

Start-up! è uno strumento pratico di progettazione online per la creazione di un Modello di Business (Business Model Canvas) a partire da un'idea imprenditoriale: nuovo prodotto, nuovo servizio o una start-up!

Obiettivo:

Apprendere, in ottica imprenditoriale, come valutare e concretizzare una nuova idea di business, con taglio pratico, creatività e rigore metodologico.

Vantaggi:

Immediatezza nel sintetizzare, valutare e concretizzare in un modello di business strutturato e puntuale la realizzazione di un nuovo progetto imprenditoriale.

con Start-up!

puoi

affrontare in maniera creativa ed immediata la parte più complessa dell'innovazione: la progettazione e la valutazione;

valutare in modo organico e concreto tutte le variabili che portano un'idea di business a diventare un progetto reale;

effettuare puntuali valutazioni quali-quantitative sul nuovo progetto, passando attraverso la chiara razionalizzazione degli elementi strategici;

finalizzare il progetto direttamente in piattaforma in una presentazione organica ed efficace

Start-up!

è

pratico, creativo, rigoroso, organico;

finalizzato alla valutazione dell'idea imprenditoriale;

finalizzato alla concretizzazione dell'idea imprenditoriale;

immediato, concreto, ma non generico

in altre parole è **Self-contained – autosufficiente e interattivo**: dalla teoria alla pratica, dall'idea alla presentazione del progetto.

Con Start-up! generi, valuti, finalizzi e presenti un nuovo progetto imprenditoriale.

Start-up! Guided Tour

Start-Up! Business Model Canvas

Design your Business Idea
Fill in your Model Canvas
Run StartUp!
Generate your Business Model

Login

Inserisci le tue credenziali per accedere a Start-Up!

Entra



Start-Up!

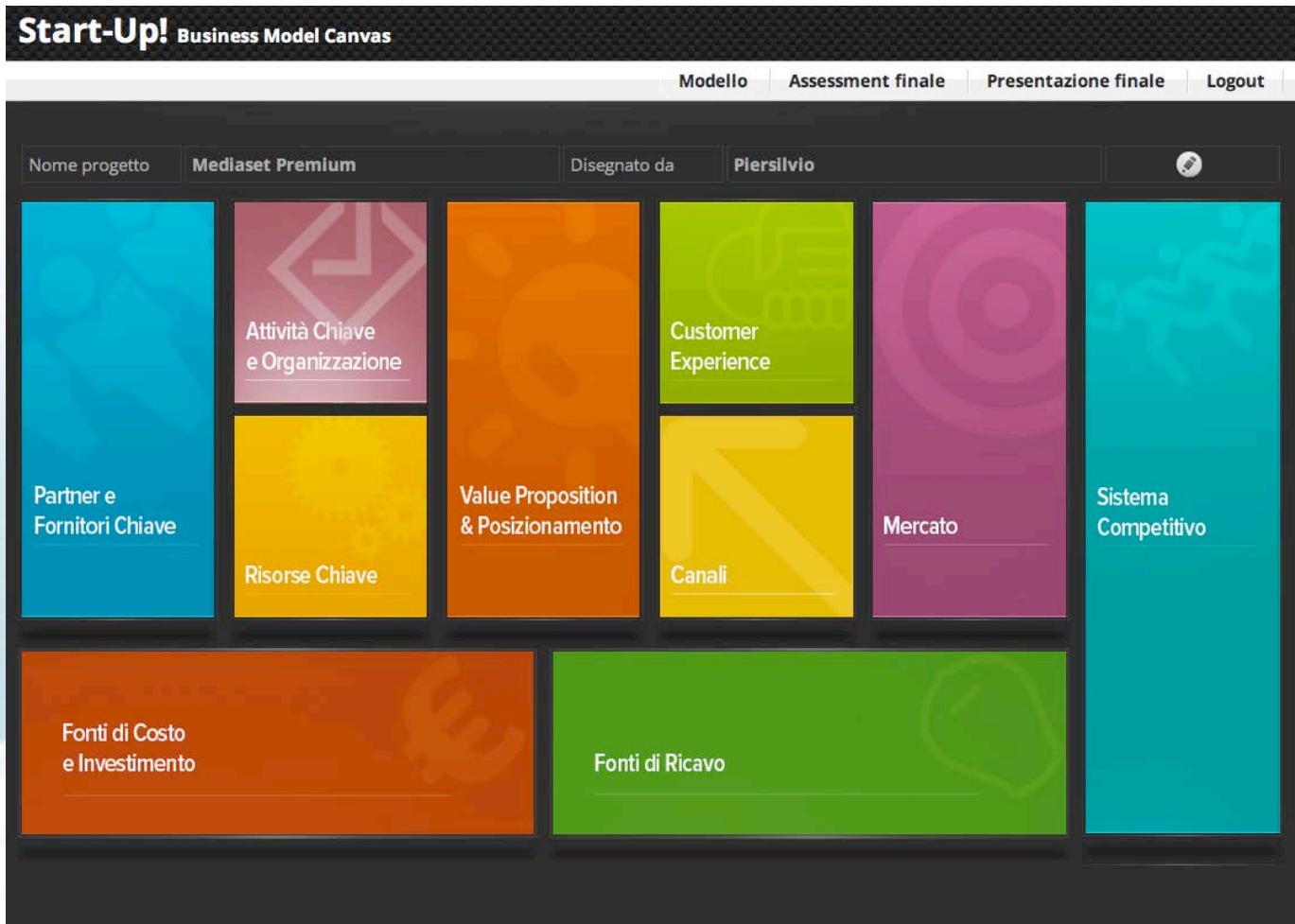
[Home](#)
[Tour](#)
[Help](#)
[FAQ](#)

Start-up! Un modello a 10 sezioni

Start-Up! Business Model Canvas

Modello | Assessment finale | Presentazione finale | Logout

Nome progetto: **Mediaset Premium** | Disegnato da: **Piersilvio**



The diagram shows a Business Model Canvas for 'Mediaset Premium' designed by 'Piersilvio'. It consists of ten colored blocks arranged in a grid:

- Partner e Fornitori Chiave** (Blue block, left side)
- Attività Chiave e Organizzazione** (Purple block, top middle)
- Risorse Chiave** (Yellow block, middle left)
- Value Proposition & Posizionamento** (Orange block, middle center)
- Customer Experience** (Green block, top right)
- Canali** (Yellow block, middle right)
- Mercato** (Purple block, bottom right)
- Sistema Competitivo** (Cyan block, far right)
- Fonti di Costo e Investimento** (Orange block, bottom left)
- Fonti di Ricavo** (Green block, bottom center)

Start-Up!


- Home
- Tour
- Help
- FAQ

Start-up! Una delle 10 sezioni del Modello: il Mercato

Start-Up! Business Model Canvas

Modello | Assessment finale | Presentazione finale | Logout

Mercato



Definizione dei target »

Bisogni dei Target

Attrattività dei Target

Valutazione dell'offerta dei competitor / potenziali sostituti


» **Definizione dei Target**

Identificare un Target primario e un Target secondario quali segmenti specifici di clienti ai quali rivolgere il modello di offerta. Fornire una descrizione sintetica del target, ad esempio approfondendo le caratteristiche demografiche, psicografiche, sociografiche dei Target.

Nome del Target	Caratteristiche del target
Target primario Pazzi per il calcio	<ul style="list-style-type: none"> Maschile, 20-45, Fidelizzati alla propria squadra del cuore, interesse a offerta prezzo competitiva rispetto a Sky, Interesse per l'evento in diretta
Target secondario Famiglia e intrattenimento	<ul style="list-style-type: none"> Target composito, forte orientamento a contenuti per i bambini in fascia diurna, pomeridiana, contenuti da consumo collettivo

Start-Up!

- [Home](#)
- [Tour](#)
- [Help](#)
- [FAQ](#)



Learning Lab
© SDA Bocconi School of Management

Canali

» Canali di vendita

Identificare i principali canali di vendita utilizzati per commercializzare il prodotto/servizio, definendo la categoria di appartenenza (forza vendita, televendita, web, negozi, wholesale, partner, altro). Per ogni canale identificato attribuire una valutazione in termini di rilevanza (1-10) e in termini di potere negoziale nei confronti del canale (1-10). Il configuratore genererà una matrice che posiziona i canali identificati in quattro quadranti:

- Canali strategici: canali di vendita più rilevanti, verso i quali si può far valere un alto potere negoziale
- Canali ad alto investimento: canali di vendita più rilevanti, verso i quali si può far valere un basso potere negoziale
- Canali di supporto: canali di vendita meno rilevanti, verso i quali si può far valere un alto potere negoziale
- Canali a basso ritorno: canali di vendita meno rilevanti, verso i quali si può far valere un basso potere negoziale

Canali di comunicazione

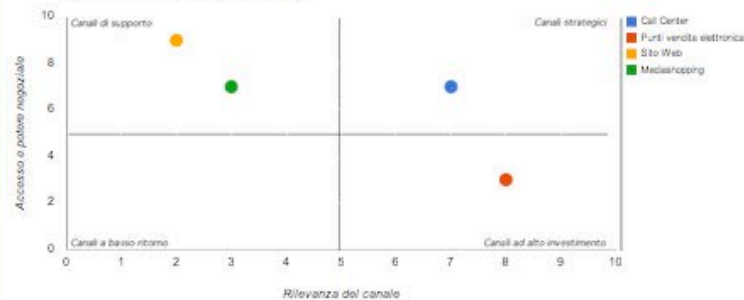
Definizione del canale Tipologia del canale Rilevanza Accesso e potere negoziale

Canali di vendita »

Canali di relazione e servizio

Definizione del canale	Tipologia del canale	Rilevanza	Accesso e potere negoziale
Forza vendita			
Call Center	Televendita	7	7
Punti vendita elettronica	Negozi	8	3
Sito Web	Negozi	2	9
Mediashopping	Televendita	3	7

Posizionamento canali di vendita



Start-up! Una delle 10 sezioni del Modello: i Canali e generazione automatica dei grafici

Start-up! La sezione Assessment finale

Start-Up! Business Model Canvas

[Modello](#) | [Assessment finale](#) | [Presentazione finale](#) | [Logout](#)

Assessment Finale

Identificare per punti i principali punti di forza e di debolezza, le opportunità e le minacce per il modello di business proposto.

SWOT Analysis

Valutazione
in funzione dei KSF

Punti di Forza	Punti di Debolezza
<ul style="list-style-type: none"> Value for Money Offerta completa Brand Mediaset Modalità di pagamento Infrastruttura Mediaset e catalogo 	<ul style="list-style-type: none"> Mancanza di contenuti Premium Tecnologia del Digitale Terrestre Frequenze limitate
Opportunità	Minacce
<ul style="list-style-type: none"> Evoluzione del ciclo economico Mercato no pay tv ancora da conquistare 	<ul style="list-style-type: none"> Pirateria Altri consumi di intrattenimento legati a Internet

➔

Start-up! La presentazione del progetto si genera in automatico

Start-Up! Business Model Canvas

[Modello](#) | [Assessment finale](#) | [Presentazione finale](#) | [Logout](#)

Vista a scorrimento Scarica in PDF

Customer Experience

Target	Acquisizione	Servizio	Fidelizzazione	Engagement
Pazzi per il calcio	<ul style="list-style-type: none"> Strappare clienti a Sky Leva della passione calcistica e del prezzo Autoinstallazione 	<ul style="list-style-type: none"> Copertura di tutti i contenuti chiave Servizio no frills. 	<ul style="list-style-type: none"> Community legata al calcio. Contenuti e servizi di approfondimento (es. sito web). 	<ul style="list-style-type: none"> Iniziativa porta un tifoso.
Famiglia e intrattenimento	<ul style="list-style-type: none"> Fare leva sul prezzo e sulla varietà dei contenuti. 	<ul style="list-style-type: none"> Chiara segmentazione dei contenuti per canali e fasce temporali. Parental control. Servizio no frills. 	<ul style="list-style-type: none"> Rivista dedicata alle famiglie. 	<ul style="list-style-type: none"> Community dedicate ai bambini

Customer Experience

Home	Scenario Competitivo	Principali competitor/Prodotti sostitutivi	Fattori critici di successo	Definizione dei target	Analisi dei Target
Customer Experience	Mix dei Canali	Value Proposition	Il posizionamento dell'offerta	Attività Chiave	Organizzazione
Risorse Chiave	Partner e Fornitori	Analisi fonti di ricavo	Analisi fonti di costo	Analisi fonti di investimento	Assessment

Start-up!

<http://learninglab.sdabocconi.it/startup>

contattaci per una demo

<http://learninglab.sdabocconi.it/>

learninglab@sdabocconi.it

02 5836 2771