

Chi sono gli utenti target del tuo concetto di business?

Specifica da 3 a 5 diversi gruppi di utenti per il tuo concetto e fai una dettagliata descrizione di una persona per ciascun gruppo. Fai degli esempi.

Crea i profili in modo che rappresentino una immagine chiara degli utenti specifici, in modo da sapere esattamente quali siano i loro bisogni.

Il numero di profili di cui avrai bisogno dipende dal tuo concetto di business e dai tuoi gruppi target.



Votare per punti

Partenza

Mercato

Utente

Idea

Concetto

Valutazione

Su quale idea, quali principi e quali valori si fonda il tuo concetto?

Una buona idea di base deve essere chiara, creare **opportunità** e **avere significato** per il gruppo target.

Inoltre essa dovrebbe essere di **facile comprensione** per tutti coloro che sono coinvolti nello sviluppo, nella produzione e nella comunicazione del concetto di business.

E' anche importante che l'idea sia in grado di creare opportunità. Dovrebbe stimolare il pensiero creativo piuttosto che essere esatta e delimitata.

Essa potrebbe essere espressa in base ai seguenti elementi:

Vogliamo dare.....

a.....

attraverso.....



Programma di
apprendimento
permanente

Il presente progetto ("European Entrepreneurs Campus" - 2012-1-IT1-LEO05-02794) è finanziato con il sostegno della Commissione europea. L'autore è il solo responsabile di questa pubblicazione e la Commissione declina ogni responsabilità sull'uso che potrà essere fatto delle informazioni in essa contenute.

Funzione

Partenza

Mercato

Utente

Idea

Concetto

Valutazione

Quali funzioni e applicazioni offre il tuo concetto di business?

Nella descrizione delle funzione del concetto è possibile distinguere fra:

Funzioni centrali: ovvero funzioni necessarie, che devono essere create per vendere il concetto e dare vita all'idea di base. Esempio: il taglio di capelli per un parrucchiere.

Funzioni aggiuntive: ovvero funzioni e applicazioni che danno un valore ulteriore per gli utenti. Esempio: lavaggio dei capelli e consigli sulla cura dei capelli da parte del parrucchiere.

Funzioni periferiche: ovvero funzioni e applicazioni che possono essere considerate “belle da avere” piuttosto che “utili da avere”. Danno qualcosa di aggiuntivo agli utenti e creano fiducia, ma non sono utili. Esempio: caffè gustoso, riviste interessanti e arredamento esclusivo dal parrucchiere.



Programma di
apprendimento
permanente

Il presente progetto (“European Entrepreneurs Campus” - 2012-1-IT1-LEO05-02794) è finanziato con il sostegno della Commissione europea. L'autore è il solo responsabile di questa pubblicazione e la Commissione declina ogni responsabilità sull'uso che potrà essere fatto delle informazioni in essa contenute.

Processo

Partenza

Mercato

Utente

Idea

Concetto

Valutazione

Quali processi e quali attività sono incluse nel concetto di business?

Descrivere nel **concetto di business** sia tutte le attività e i processi **interni** sia quelli orientati verso i clienti. Non solo il prodotto e il servizio.

Alcuni strumenti per descrivere i processi e le attività possono essere:

Storyboard. Illustra l'idea sequenza per sequenza utilizzando fumetti o disegni

Diagrammi. Illustra il flusso e le risorse necessarie nel diagramma

Griglia delle opportunità. Usa lo schema del "Metodo delle carte" per scrivere i processi e le attività in fase differenti



Programma di
apprendimento
permanente

Il presente progetto ("European Entrepreneurs Campus" - 2012-1-IT1-LEO05-02794) è finanziato con il sostegno della Commissione europea. L'autore è il solo responsabile di questa pubblicazione e la Commissione declina ogni responsabilità sull'uso che potrà essere fatto delle informazioni in essa contenute.

Informazioni

Partenza

Mercato

Utente

Idea

Concetto

Valutazione

Quale identità e informazioni contiene il concetto?

Creare identità e emozioni

Quando gli utenti approcciano il prodotto o il servizio, la comunicazione visiva dovrebbe corrispondere ai clienti che vuoi raggiungere. Quali emozioni vuoi suscitare?

Lavora in maniera sistematica sui dettagli.

Raffigura ogni singola attività

Dividi lo scenario degli utenti in un certo numero di attività principali. Solitamente l'attività principale e le attività precedenti e successive.

Quando la situazione principale è stata identificata, dovresti descrivere:

Chi sarà coinvolto nelle differenti situazioni?

Qual è l'obiettivo per ciascuna di quelle situazioni/esperienze?

Quali sono le aspettative, le motivazioni e i contributi delle persone coinvolte nell'esperienza?

Quali sono i mezzi che userai per creare un'esperienza per gli utenti coinvolti, al fine di raggiungere i tuoi obiettivi?



Programma di
apprendimento
permanente

Il presente progetto ("European Entrepreneurs Campus" - 2012-1-IT1-LEO05-02794) è finanziato con il sostegno della Commissione europea. L'autore è il solo responsabile di questa pubblicazione e la Commissione declina ogni responsabilità sull'uso che potrà essere fatto delle informazioni in essa contenute.

Modello di Business

Partenza

Mercato

Utente

Idea

Concetto

Valutazione

Come pensi di creare reddito?

Dopo aver sviluppato il tuo business model devi considerare:

- Prezzo e forma di pagamento
- Scelta dei partner – su fogli diversi

Prezzo e pagamento

Il reddito può essere generato in molti modi:

“Compra e paga”

I clienti pagano direttamente per il prodotto o il servizio – i prezzi riflettono il valore per il cliente o il costo per il produttore

“Paga per l’uso o il consumo”

Prendi qualcosa a basso prezzo o gratis e fai pagare per usarlo. Esempio: le stampanti sono vendute a basso prezzo ed i soldi sono guadagnati sul ricambio dei toner

“Altri pagano”

Gratis per gli utenti perché altri pagano per loro. Esempio: servizi web pagati da coloro che introducono inserzioni pubblicitarie

“Agita e gira” (espressione danese)

Attrai clienti con offerte che generano bassi profitti per te, ma una volta attratti ottieni la possibilità di vendergli altri prodotti o servizi con alti profitti. Esempio: vendere pizza con l’offerta *all-you-can-eat* e guadagnare sulle bevande.

“Il primo lancio è gratuito”

Dopo un primo periodo promozionale gratis, si richiede un pagamento per poter continuare a usufruire del servizio. Questo strumento è preferibile quando le persone possono diventare “dinendenti” dal prodotto/servizio. Molto comune quando si vendono software.



Programma di
apprendimento
permanente

Il presente progetto (“European Entrepreneurs Campus” - 2012-1-IT1-LEO05-02794) è finanziato con il sostegno della Commissione europea. L’autore è il solo responsabile di questa pubblicazione e la Commissione declina ogni responsabilità sull’uso che potrà essere fatto delle informazioni in essa contenute.

Partner

Partenza

Mercato

Utente

Idea

Concetto

Valutazione

Chi fa cosa?

L'intero concetto di business non deve essere necessariamente realizzato da una sola società. Potrebbe essere più utile trovare partner per le attività che non rientrano nelle attività principali dell'azienda.

Quali compiti e funzioni dovrebbero essere realizzati dalla tua società?

Quali sono le competenze chiave? Si tratta delle attività che dovrebbero essere realizzate internamente.

Quali compiti e funzioni dovrebbero essere realizzate da altri partner?

Dove si trovano i tuoi punti deboli? Cosa può essere esternalizzato verso altri fornitori o partner, in modo da non rappresentare costi fissi per te?

Controlla il tuo lavoro alla voce **Processo** e considera quali sono i processi che potrebbero essere eseguiti esternamente e da quali soggetti.



Programma di
apprendimento
permanente

Il presente progetto ("European Entrepreneurs Campus" - 2012-1-IT1-LEO05-02794) è finanziato con il sostegno della Commissione europea. L'autore è il solo responsabile di questa pubblicazione e la Commissione declina ogni responsabilità sull'uso che potrà essere fatto delle informazioni in essa contenute.

Tecnologia e DPI

Partenza

Mercato

Utente

Idea

Concetto

Valutazione

Quali sono le tue conoscenze specifiche o i tuoi Diritti di Proprietà Intellettuale?

La tua idea o concetto di business sono in qualche modo protetti dalla competizione?

Alcuni esempi per ottenere protezione:

- **Brevetto**
- **Design**
- **Marchio Registrato**
- **Copyright**
- **Altri Diritti di Proprietà Intellettuale**
- **Autorizzazione**
- **Conoscenza unica**



Votare per punti

Partenza

Mercato

Utente

Idea

Concetto

Valutazione

Competizione diretta

Offerte alternative che sono comparabili con ciò che tu offri

Sostituti

Offerte alternative che possono soddisfare gli stessi bisogni ma in un modo diverso.

Competizione indiretta

Altri fattori esterni che possono ridurre l'interesse circa il tuo prodotto o servizio e ridurre le vendite.

“Tu dici di non avere concorrenti.
Non ti credo.
Qual è la miglior alternativa per il cliente?”



Programma di
apprendimento
permanente

Il presente progetto (“European Entrepreneurs Campus” - 2012-1-IT1-LEO05-02794) è finanziato con il sostegno della Commissione europea. L'autore è il solo responsabile di questa pubblicazione e la Commissione declina ogni responsabilità sull'uso che potrà essere fatto delle informazioni in essa contenute.

Prototipazione e visualizzazione

Partenza

Mercato

Utente

Idea

Concetto

Valutazione

Fisica

Prototipi fisici, simili al prodotto reale, sono spesso la miglior forma di comunicazione. Ma possono funzionare anche modelli o altre presentazioni visualizzabili.

Analitica

Modelli matematici, 3D CAD, ecc

Focalizzata

Illustrare specifici elementi del prodotto



Programma di
apprendimento
permanente

Il presente progetto ("European Entrepreneurs Campus" - 2012-1-IT1-LEO05-02794) è finanziato con il sostegno della Commissione europea. L'autore è il solo responsabile di questa pubblicazione e la Commissione declina ogni responsabilità sull'uso che potrà essere fatto delle informazioni in essa contenute.