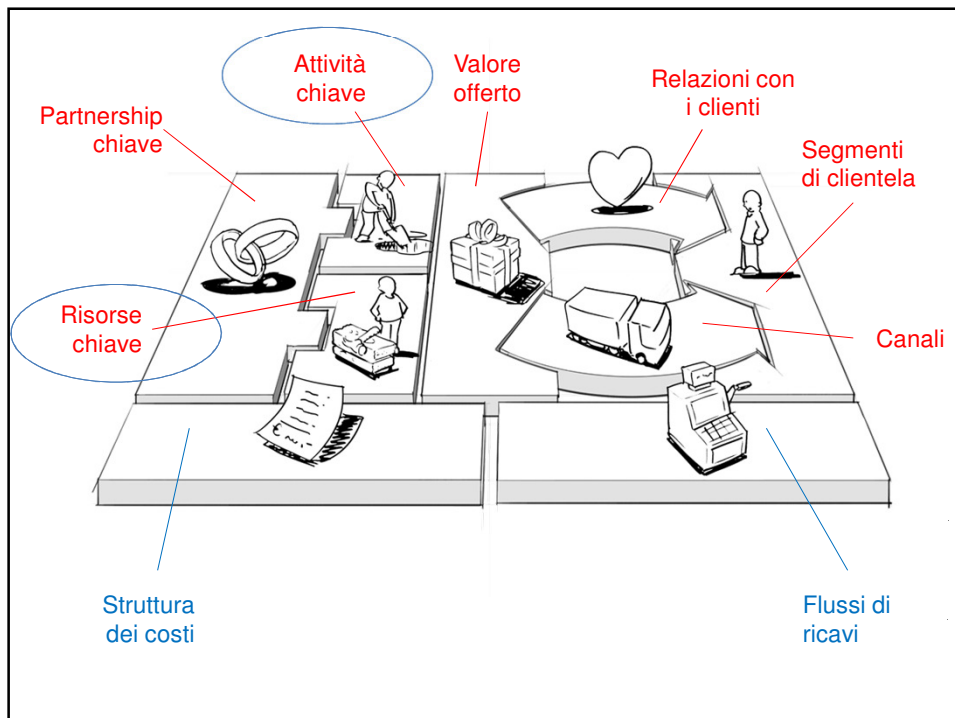


Il Business Model Canvas Cost side

Andrea Mezzadri

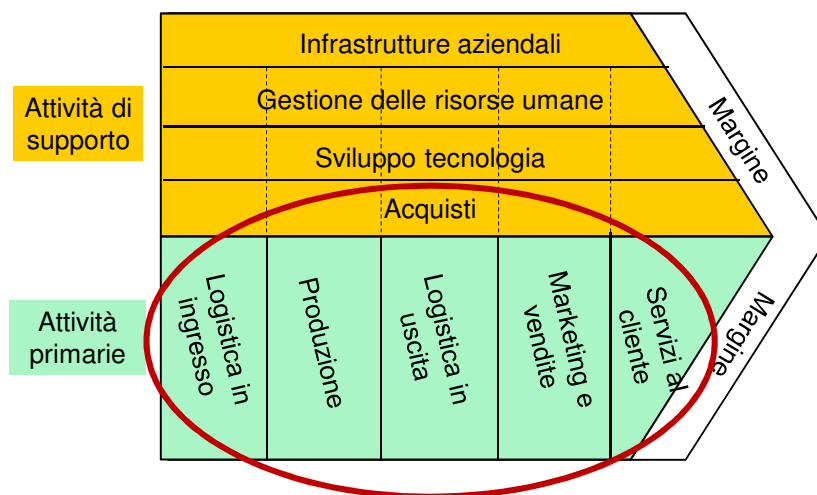


Il problema

- Quali sono le cose più importanti che l'azienda deve fare affinché il modello di business funzioni?

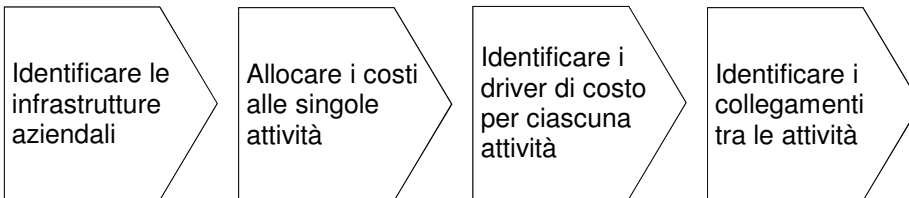
3

La catena del valore aziendale

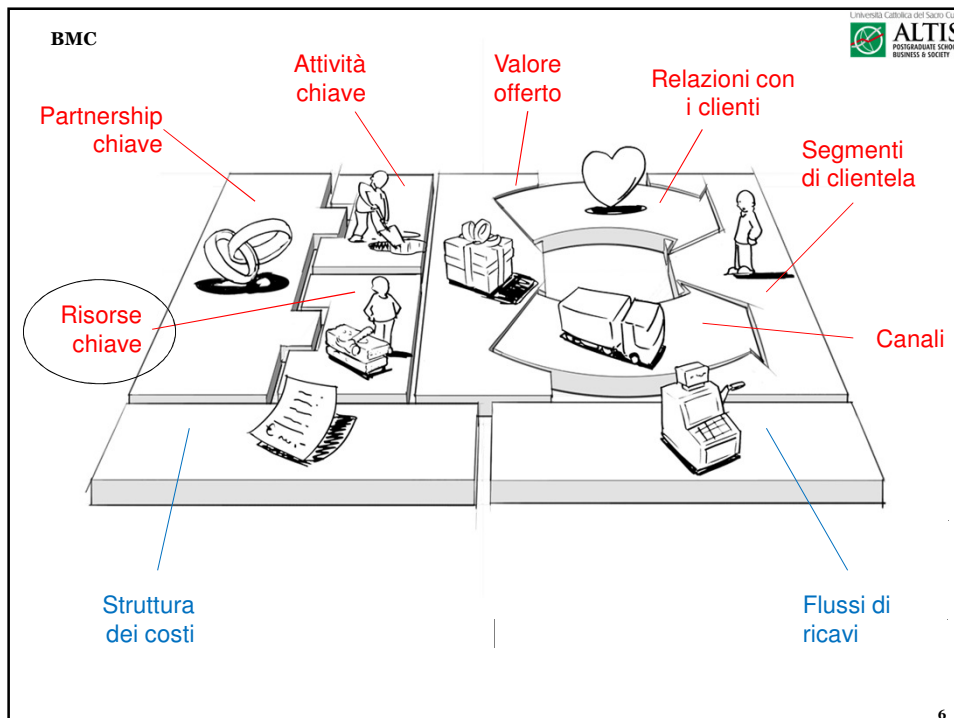


4

Utilizzo della catena del valore per l'analisi dei costi



5



6

Quattro risorse critiche

1. Fisiche (“Tangibili”)
2. Intellettuali (“Intangibili”)
3. Umane
4. Finanziarie

7

1. Risorse fisiche (“Tangibili”)

- Strutture aziendali
 - Spazio uffici
 - Attrezzature di laboratorio
 - Posizione dell’azienda
 - Automezzi
- Materie prime
 - Rifornirsi di wafer di silicio o ferro, oppure disporre di migliaia di metri quadrati di magazzino?

8

2. Risorse intellettuali (“Intangibili”)

- Reputazione
 - Marchio di fabbrica
 - Cultura
 - Conoscenza scientifica, brevetti
 - Know-how, esperienza, ecc.
-
- ✓ *Non consumabili con l'utilizzo*
 - ✓ *Alcune possono crescere con l'utilizzo e fornire una base di espansione e diversificazione*
 - ✓ *Possano giocare un ruolo chiave per un vantaggio competitivo (o svantaggio) e il valore aziendale*

9

3. Risorse umane

- Team imprenditoriale
- Impiegati qualificati
- Mentori, formatori, coaches
- Consulenti

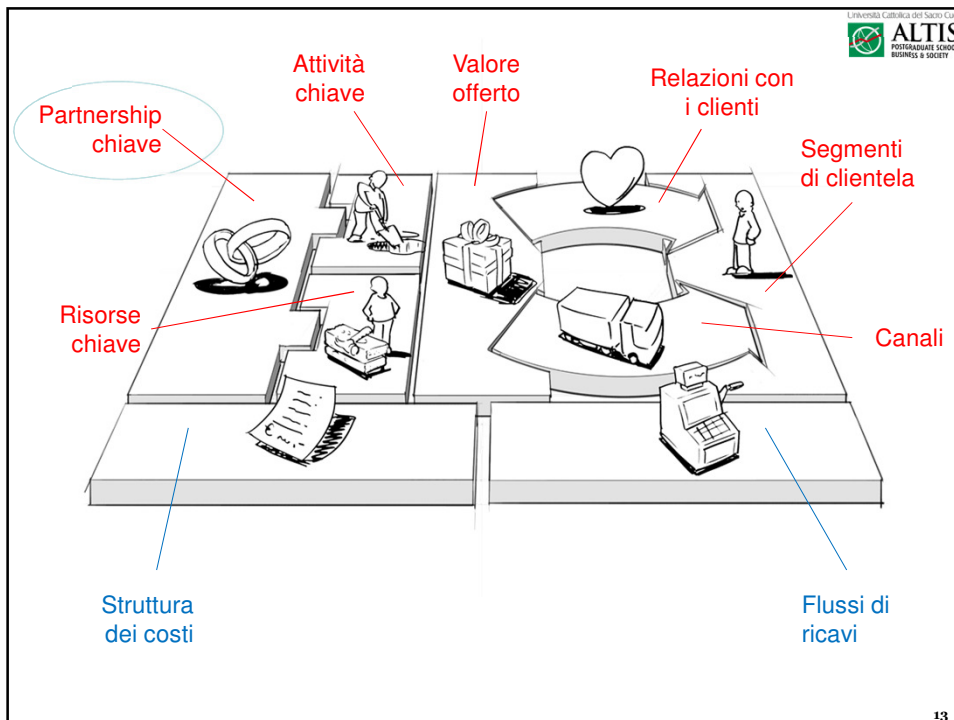
10

4. Risorse finanziarie

- FFF
- Crowd funding
- Angels
- Capitali di rischio
- Partners industriali
- Bandi pubblici
- Vendor-financing
-

Il compito

- 1. Identificare per ciascuna attività chiave le principali risorse necessarie**
2. Distinguere la loro natura (tangibili, intangibili, ...)
3. Identificare le risorse a maggior impatto di costo
4. Riconoscere se i costi sono variabili o fissi



Cosa definisce un partner?

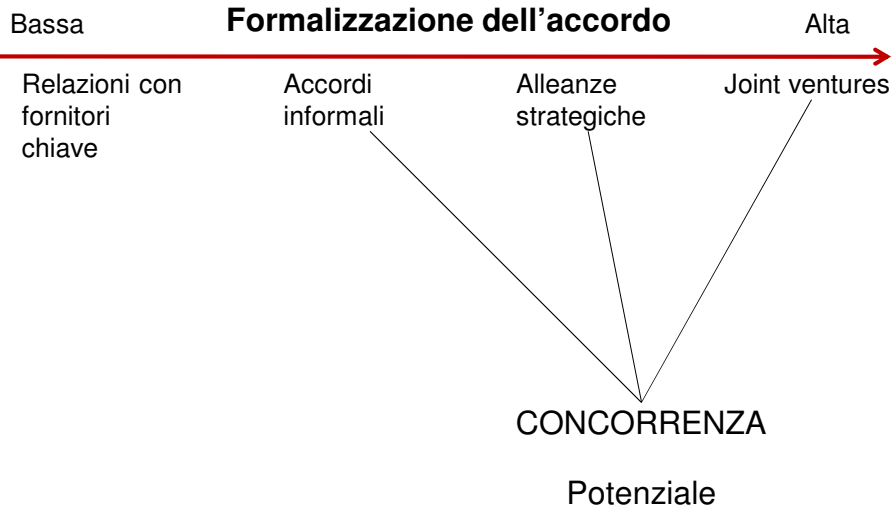
“Entità esterne che forniscono risorse chiave per il funzionamento di un business model”

- Giuridicamente indipendenti → **Sempre**
- Divisione di ricavi/margini } **Talvolta**
- Successo/fallimento reciproco }
- R&S congiunta }
- Stessi clienti }

Logo: Università Cattolica del Sacro Cuore ALTIS POSTGRADUATE SCHOOL BUSINESS & SOCIETY

14

Forme di partnerships



15

I vantaggi

- Accelerare il time to market
- Ampliamento dell'offerta
- Uso più efficiente delle risorse
- Conoscenza specifica del cliente
- Ingresso in nuovi mercati

16

I rischi

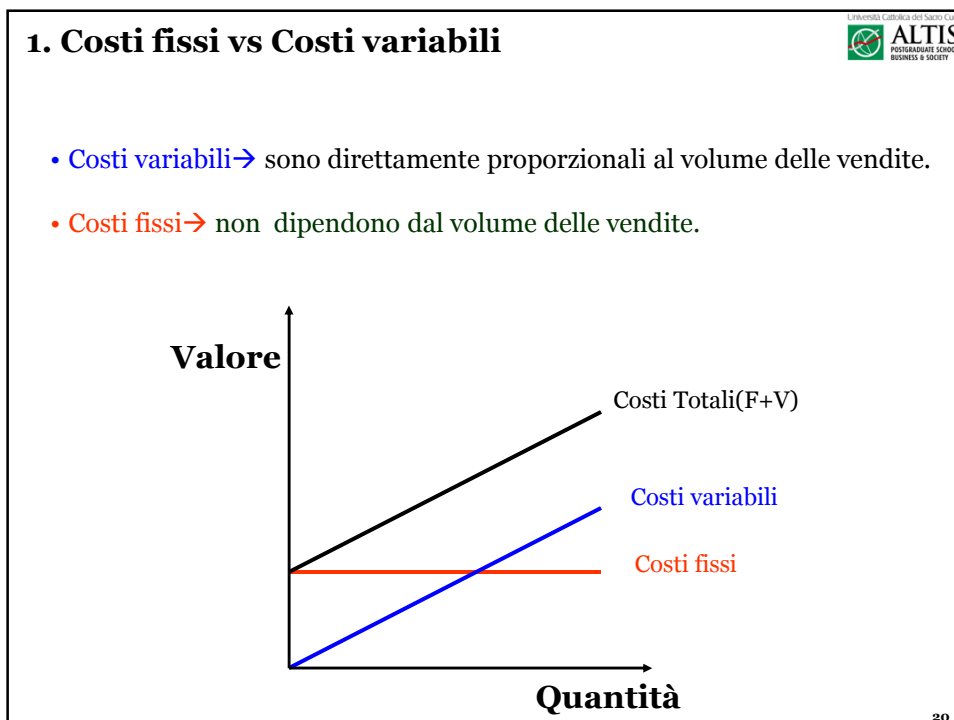
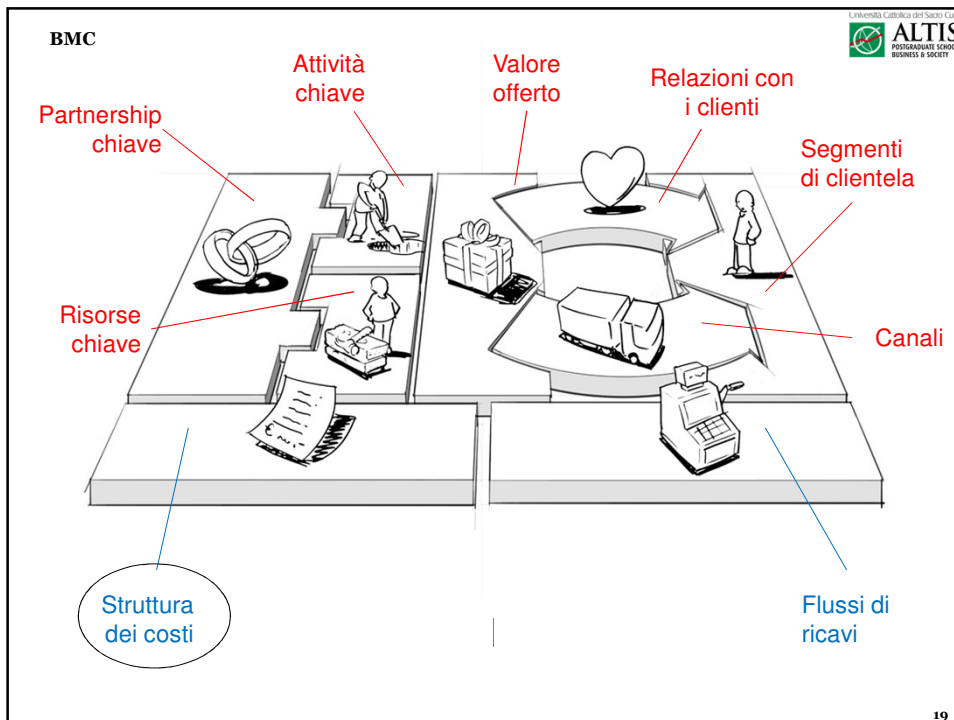
- Perdita di indipendenza
- Allungamento dei tempi di decisione
- Scarsa chiarezza sulla “proprietà” del cliente
- Mancanza di una visione condivisa
- Differenti obiettivi nella relazione
- Relazioni personali con I partners
- Proprietà intellettuale
- Difficoltà a terminare la partnership

17

Spunti di riflessione

1. Quali sono i tuoi potenziali partner
2. Focalizzatevi sui 2 principali partners:
 - Con quali forme?
 - Quali benefici?
 - Quali rischi/minacce?

18



Esempi

COSTI VARIABILI

- Materie prime
- Provvigioni

COSTI FISSI

- Affitto
- Ammortamento
- Stipendi
- Costi amministrativi
- Assicurazioni
- Telefono
- Marketing