

Business model e disclosure

A Business Model is nothing else than a **representation** of how an organization makes (or intends to make) money *Drucker*

A Business Model is a **description** of the roles and relationships among firm's consumers, customers, allies and suppliers that identifies the major flows of product, information, and money, and the major benefits to participants *Weill e Vitale*

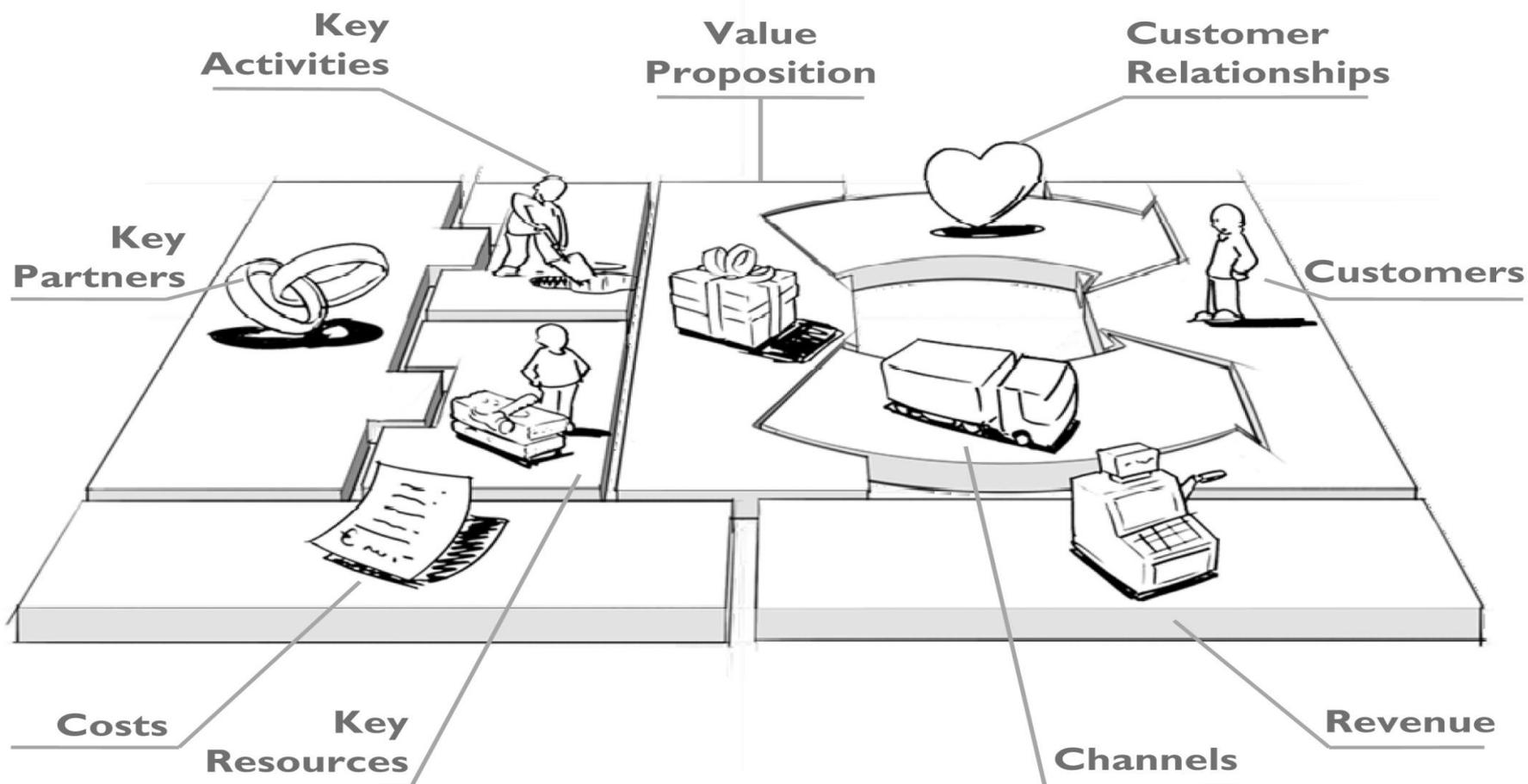
A Business Model is a **reflection** of a firm's strategic choices and it facilitates analysis, testing, and validation of these choices *Shafer, Smith e Linder*

The Business Model is a **strategy model** which unites the finer aspects of strategy, i.e. resource-bases, activities, structure, products, and external factors *Hedman e Kalling*

La definizione scelta

Il business model è una **piattaforma visiva**
che consente di
rappresentare ed **eseguire (?)**
la strategia aziendale

Il Business Model Canvas



II BM Canvas: CUSTOMERS

Descrive i differenti gruppi di persone e/o organizzazioni ai quali l'azienda indirizza la sua proposta di valore

**Per quali clienti stiamo creando valore?
Chi sono i clienti più importanti?**

Il BM Canvas: VALUE PROPOSITION

**Indica l'insieme di benefici attesi
per un determinato segmento di clienti**

**Quale valore trasferiamo al cliente?
Quale necessità del cliente soddisfiamo?**

Il BM Canvas: CHANNELS

Descrive il modo in cui l'azienda raggiunge un determinato segmento di clienti per fornire la sua proposta di valore

**In che modo sono raggiunti
i segmenti di clientela?
Quali canali sono più efficaci?
Quali sono i più convenienti?
Come sono integrati i diversi canali?**

Il BM Canvas: CUSTOMER RELATIONSHIPS

Descrive il tipo di relazione che l'azienda stabilisce con i diversi segmenti di clienti

**Quale tipologia di relazione abbiamo stabilito con ciascun segmento della nostra clientela?
Quanto sono costose le relazioni?**

II BM Canvas: REVENUE

**Descrive i flussi di ricavi che l'azienda ottiene
dalla vendita dei prodotti/servizi
ad un determinato segmento di clienti**

**Per quale valore i clienti sono disposti a pagare?
Per cosa pagano attualmente?
Come pagano attualmente?
Quanto devono pagare?**

Il BM Canvas: KEY RESOURCES

Racchiude gli assets strategici di cui un'azienda deve disporre per implementare la propria strategia

Quali risorse sono necessarie per creare il valore offerto?

Per attivare i canali distributivi?

Per creare e mantenere le relazioni con i clienti?

Il BM Canvas: KEY ACTIVITIES

Descrive le attività strategiche che devono essere compiute per creare la Value Proposition, raggiungere i clienti, mantenere le relazioni con loro e generare ricavi

Quali attività sono necessarie creare per il valore offerto?

Per attivare i canali distributivi?

Per creare e mantenere le relazioni con i clienti?

II BM Canvas: KEY PARTNERSHIPS

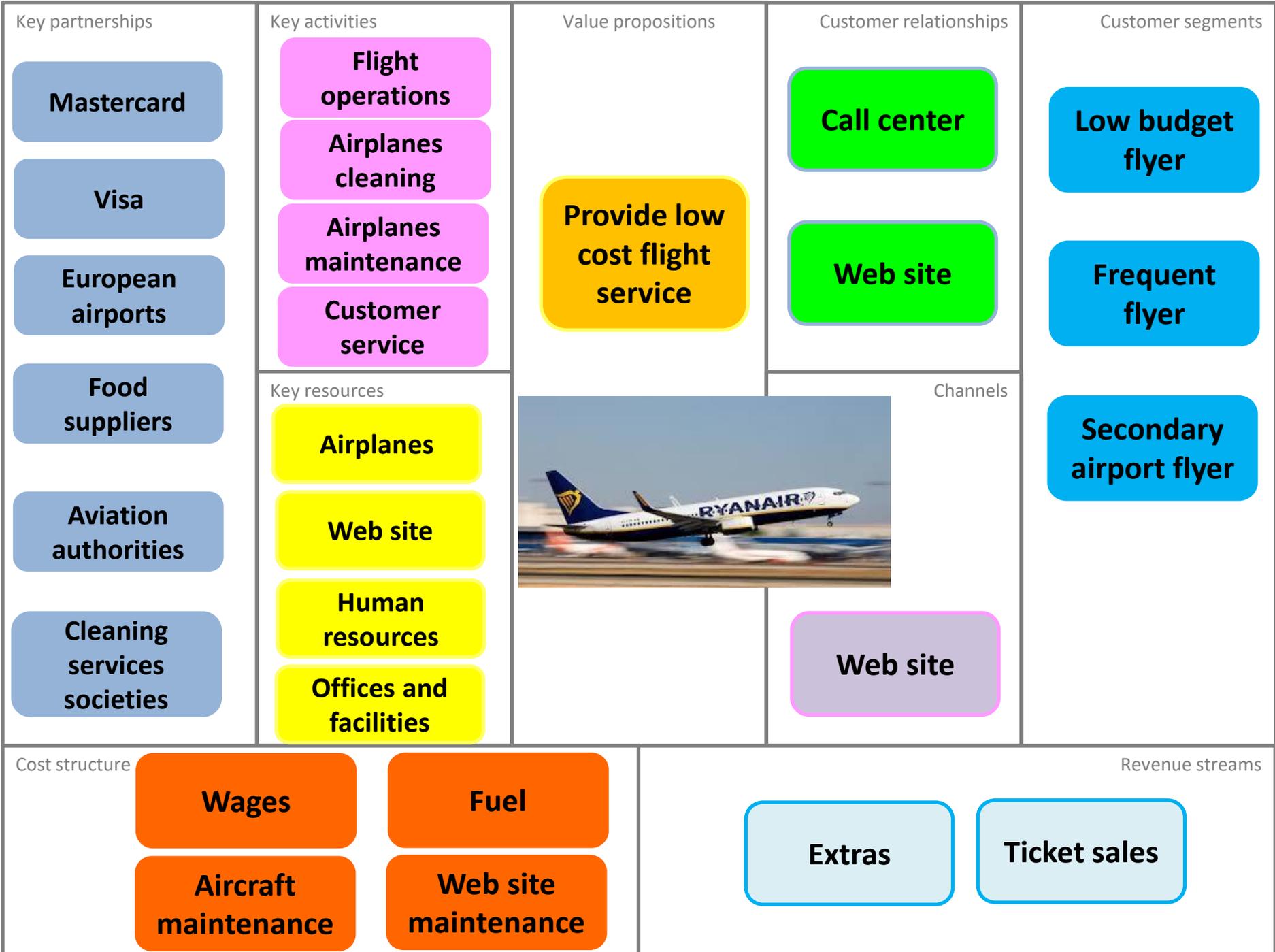
Definisce la rete di fornitori e partners necessari all'implementazione della strategia aziendale

**Chi sono i nostri partner chiave?
Quali risorse chiave acquisiamo dai partner?
Quali attività chiave sono svolte dai partner?**

II BM Canvas: COSTS

Definisce i costi che l'azienda dovrà sostenere per implementare la propria strategia

Quali sono i costi sostenuti per acquisire le risorse chiave?
Quali sono i costi sostenuti per svolgere le attività chiave?



Key partnerships

Key activities

Value propositions

Customer relationships

Customer segments

Mastercard

Flight operations

Airplanes cleaning

Airplanes maintenance

Customer service

Provide low cost flight service

Call center

Low budget flyer

Visa

European airports

Food suppliers

Aviation authorities

Cleaning services societies

Key resources

Airplanes

Web site

Human resources

Offices and facilities



Channels

Web site

Frequent flyer

Secondary airport flyer

Cost structure

Wages

Fuel

Aircraft maintenance

Web site maintenance

Revenue streams

Extras

Ticket sales

Rappresentare

Descrivere

Esplicitare

significa

- un modo per l'azienda di **affermare la propria consapevolezza**
- un'occasione per rendere visibile, sotto forma di **SCHEMA PIÙ O MENO COMPLESSO** il proprio *modello di creazione di valore*
 - il proprio approccio al coordinamento e alle interrelazioni tra le risorse
 - l'unicità dell'idea

Ancora

La disclosure del BM permette di:

- **condividere la struttura e la strategia aziendale**
- **consolidare il rapporto con gli stakeholder e le risorse coinvolte nell'attività**

permette all'azienda di allineare le relazioni con partner esterni e le risorse territoriali rispetto ai macro obiettivi aziendali, nonché di coordinare le operatività reciproche, fidelizzando lo scambio creato.

MODALITÀ

I vari reporting framework richiedono di rappresentare nel bilancio di sostenibilità il modello di business...

- **Narratives**
- **Rappresentazioni grafiche**

La rappresentazione del processo di creazione di valore deve essere chiara e completa ...