



# BENVENUTI!



UNIONCAMERE

in collaborazione con



05 febbraio 2020

Cristian Ranallo

Camera di commercio di Cuneo

# Il Punto Impresa Digitale: linee di intervento

Il PID nasce su espressa previsione del Ministero dello sviluppo economico nell'ambito del **piano nazionale Impresa 4.0**.

- 1 **Diffusione** delle **conoscenze digitali** delle imprese
- 2 Valutazione della **maturità digitale**
- 3 **Punto di raccordo** con soggetti specializzati
- 4 **Sostegno economico** agli investimenti tecnologici

## Il portale dei Punti Impresa Digitali: [www.puntoimpresadigitale.camcom.it](http://www.puntoimpresadigitale.camcom.it)

Camere di Commercio d'Italia

ACCEDE

Seguici su:

MFNI

pd punto impresa digitale

Docuweb 4.0 Impresa 4.0 Approfondimenti Rassegna web

Cosa sono i Punti Impresa Digitale e il Network Impresa 4.0

Dove sono i Punti Impresa Digitale

I servizi "digitali" delle Camere di Commercio

Digital assessment: scopri quanto sei digitale

I voucher camerati e il Piano degli incentivi 4.0

17.07.2018

NEWS ED EVENTI

Informazioni e servizi Impresa 4.0

I progetti innovativi raccontaci il tuo!

L'8% delle imprese è già esperto delle tecnologie 4.0, mentre un altro 4% può fregiarsi del titolo di "campione digitale". Ma per tanti altri imprenditori il cammino verso la digitalizzazione è ancora molto lungo. E' quanto emerge dalla fotografia scattata da Unioncamere sulle 1.151 imprese che hanno effettuato il test di maturità digitale "SELF 4.0"

Visualizza altre news >>

## 2) Valutazione della maturità digitale delle imprese



**COMPILA QUI PER CONOSCERE  
QUANTO LA TUA AZIENDA È  
DIGITALE**



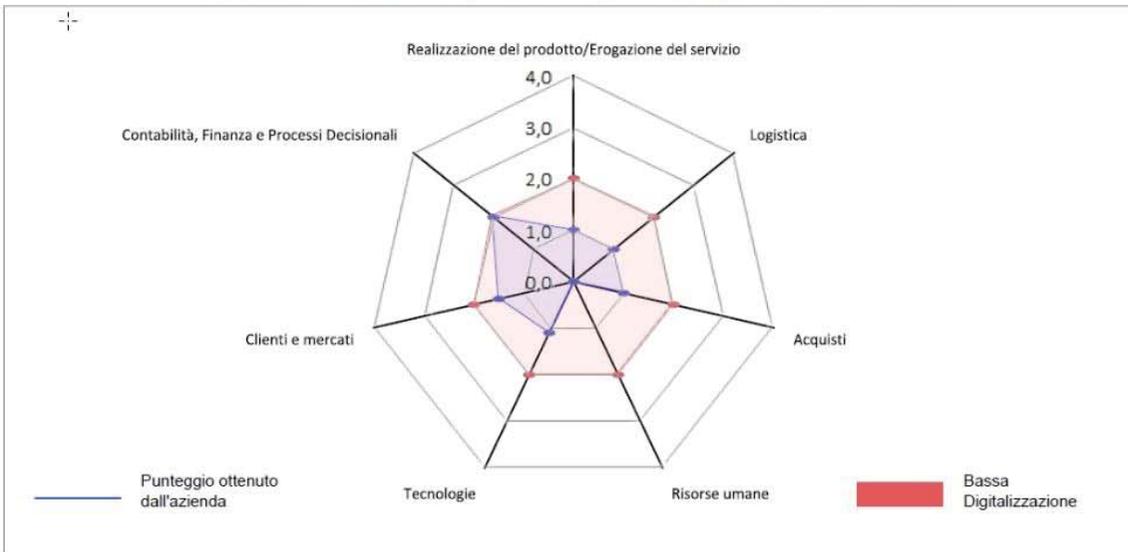


Al Selfi4.0 potrà seguire Zoom4.0, una valutazione gratuita più approfondita, effettuata da un digital promoter presso l'azienda.

e l'assistenza di un **Digital Mentor**

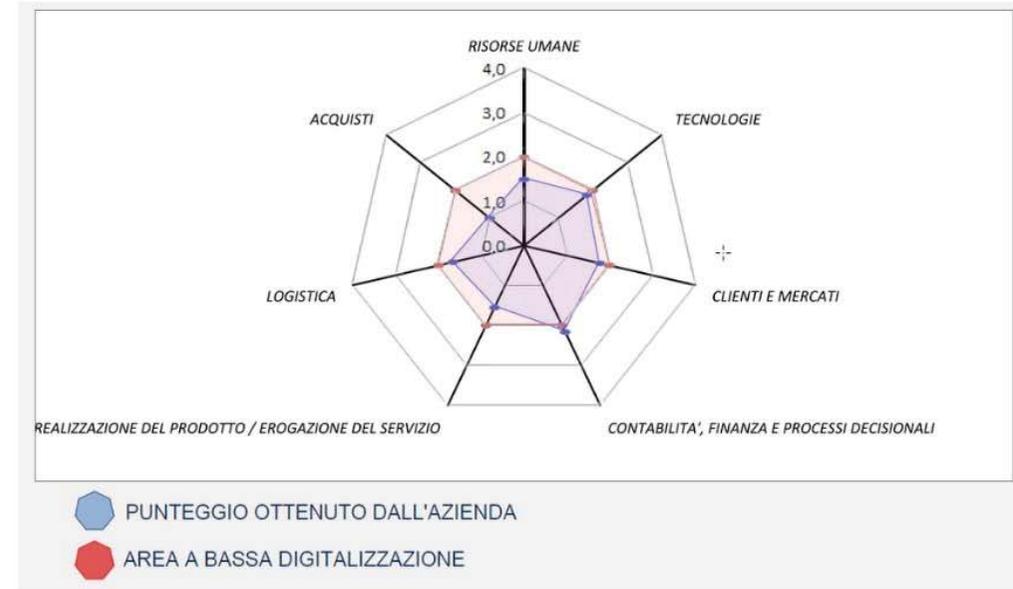
# TROVA LE DIFFERENZE

**Grafico 1. Maturità digitale - Impresa 4.0 per area aziendale**



**SELFI**

**Figura 1.** Maturità digitale - Impresa 4.0 per area aziendale



**ZOOM**

AREA	PROCESSI AZIENDALE	PROGRAMMAZIONE					OPERATIONS					MONITORAGGIO				
		N.V.	A	I	D	4.0	N.V.	A	I	D	4.0	N.V.	A	I	D	4.0
CONTABILITA', FINANZA E PROCESSI DECISIONALI	Processi decisionali															
	Contabilità e finanza															
CLIENTI E MERCATI	Marketing															
	Vendite															
	Assistenza e servizi post-vendita															
TECNOLOGIE	Sistemi informativi															
	Progettazione, Ricerca e Sviluppo															
RISORSE UMANE	Gestione del personale															

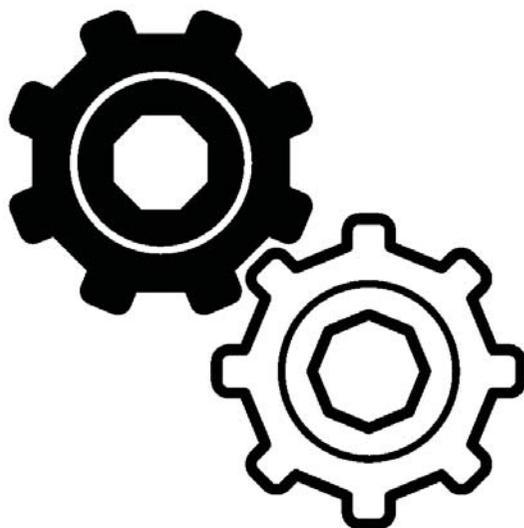
# ORIENTAMENTO VERSO FORNITORI INNOVATIVI



**DIH**

Digital Innovation Hub



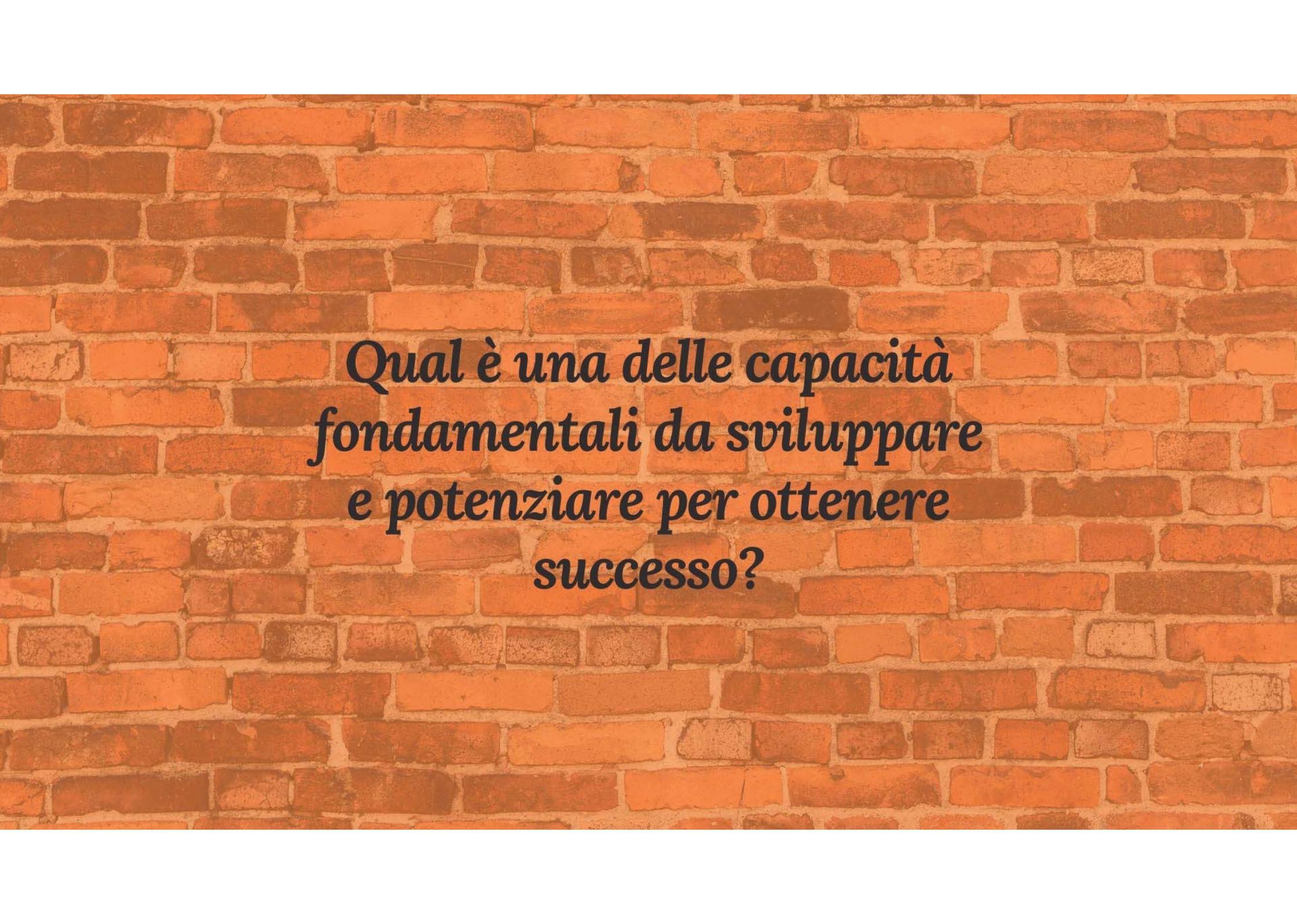


05 febbraio 2020  
Cristian Ranallo  
Camera di commercio di Cuneo

# MARKETING STRATEGICO & MODELLI DI BUSINESS

A stack of playing cards is shown, fanned out slightly. The cards are white with blue and gold patterns. The top card is the Ace of Spades, followed by the King of Hearts, the Queen of Hearts, and the Jack of Clubs. The text 'COMPLESSITA' INCERTEZZA' is overlaid in the center in a bold, black, sans-serif font. The background is a blurred image of a red and blue surface, possibly a table or a wall.

**COMPLESSITA'  
INCERTEZZA**



*Qual è una delle capacità  
fondamentali da sviluppare  
e potenziare per ottenere  
successo?*

# PIANIFICAZIONE!



# PIANIFICAZIONE!

Rappresenta un requisito fondamentale senza il quale l'azienda non potrebbe sopravvivere

La competitività di un'azienda discende dalla sua capacità di pianificare per prevenire e anticipare gli eventi

Nella corretta gestione di un'impresa l'approssimazione progettuale rappresenta il rischio maggiore

La capacità di pianificare diviene anche un forte strumento di leadership

**PIANIFICAZIONE STRATEGICA**



**PIANIFICAZIONE TATTICA**



**PIANIFICAZIONE OPERATIVA**



**Come mai Madonna ha avuto così tanto successo nello show biz?**

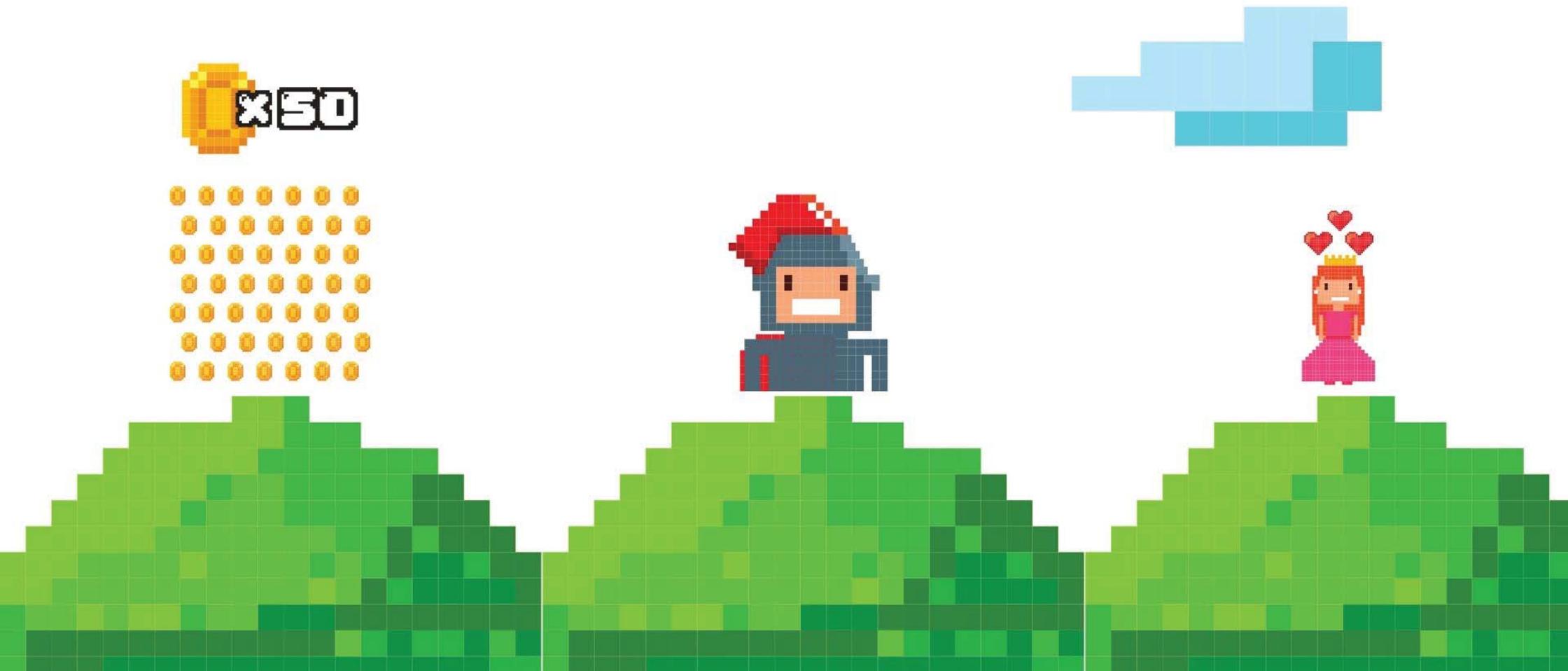
**Ha una strategia? Se sì quale secondo voi?**

**Da cosa dipende il successo di  
un'impresa sul mercato?**

**Da cosa dipende il successo di  
un'impresa sul mercato?**

**Processo decisionale!**

# DECIDERE O NON DECIDERE?



**ASSOLUTAMENTE**

**SI' !**



# PROCESSO DECISIONALE

**ANALISI DEI  
FATTI**

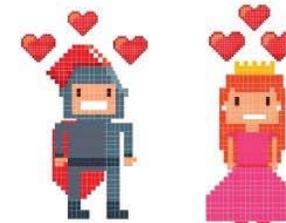
**DIAGNOSI**

- Criteri di valutazione
- Definizione problemi

**ANALISI POSSIBILI  
SOLUZIONI**

- Generazione alternative
- Valutazione

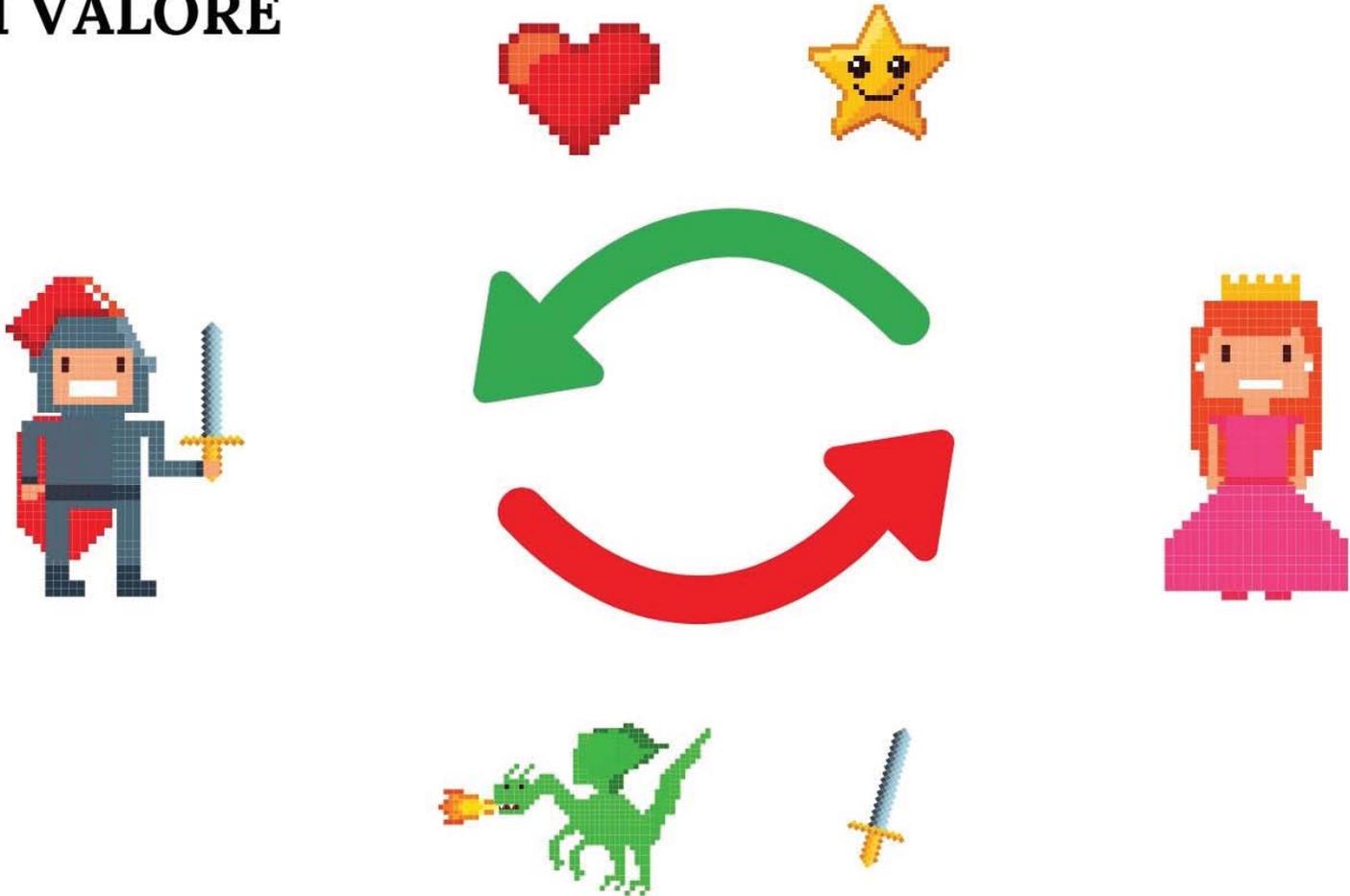
**DECISIONE**





**VALORE**

# FLUSSI DI VALORE



# BUSINESS MODEL

The background is a chalkboard with various business-related terms and diagrams drawn in white chalk. On the left, there is a drawing of a glowing lightbulb with rays emanating from it, labeled 'Idea'. Above it, the word 'Vision' is written. To the right, 'Strategy' is written, followed by a box containing a question mark, and then 'Teamwork'. Below 'Teamwork', there are several small icons of people. In the center, there are several circles and arrows, some pointing upwards, with the word 'People' written below them. On the bottom left, 'Solution' is written. At the bottom center, the word 'Research' is written. On the bottom right, there is a drawing of a hand pointing to a line graph that is trending upwards, with the word 'SUCCESS' written in large, orange letters above it. The overall theme is business strategy and innovation.

Il modello di business descrive le logiche secondo le quali un'organizzazione **crea, distribuisce e raccoglie il valore.**

In altre parole, è l'insieme delle soluzioni organizzative e strategiche attraverso le quali l'impresa acquisisce un vantaggio competitivo.

# BUSINESS MODELS

**B2B**  
business to business

**B2C**  
business to consumer

**B2B2C**  
business to business  
to consumer



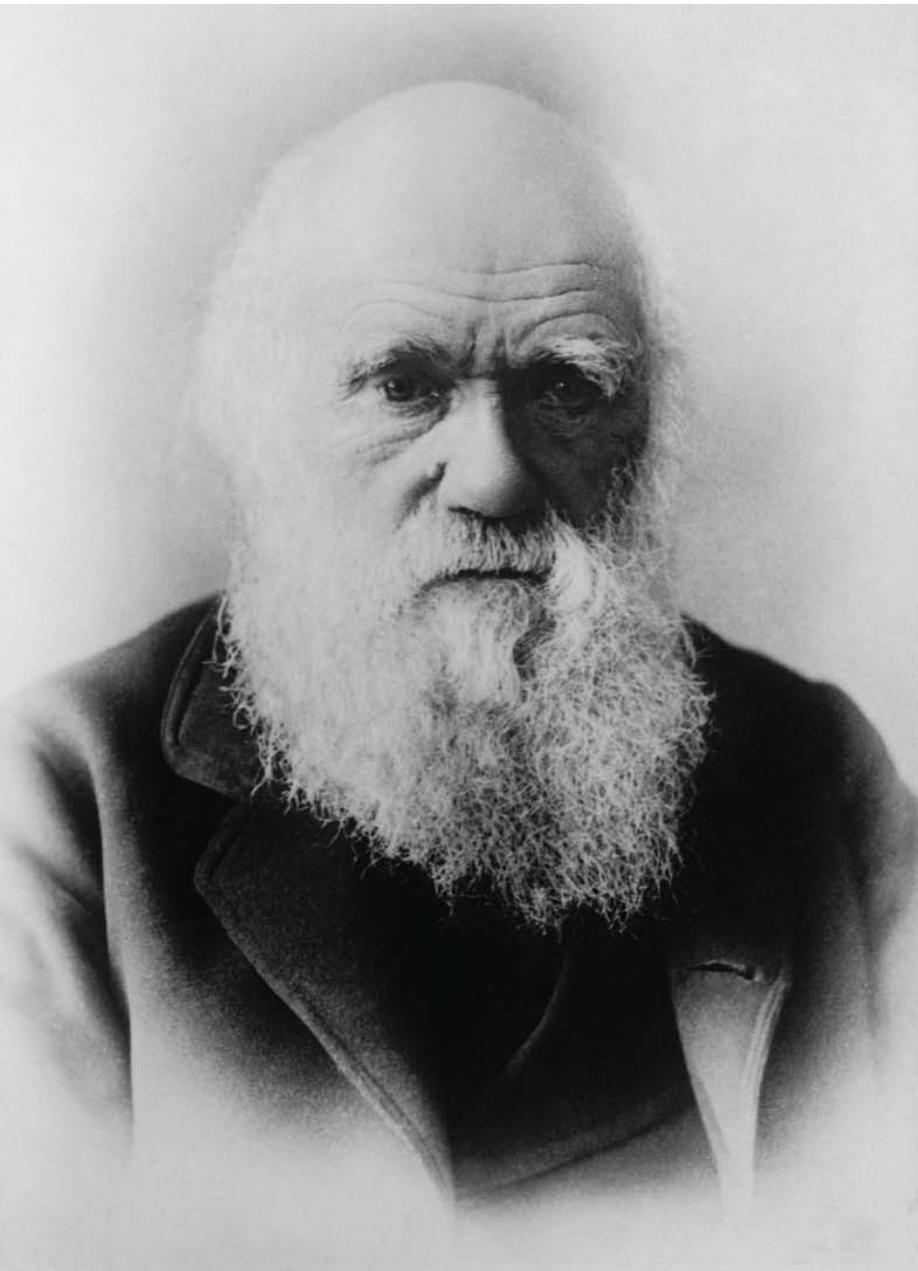
B2B



B2C



B2B2C



**EVOLUZIONE**

**DIGITALE**

- NUOVI MODELLI DI SCAMBIO
- FREEMIUM
- PERSONALIZZAZIONE SPINTA
- DA POSSESSO AD ACCESSO
- DIRETTO AI CONSUMATORI

# 1. NUOVI MODELLI DI SCAMBIO

Più efficiente di Google Maps fornisce in tempo reale la situazione del traffico sulla base delle segnalazioni degli utenti. L'auto diventa un partner media a tutti gli effetti grazie al marketing geolocalizzato



# 1. NUOVI MODELLI DI SCAMBIO

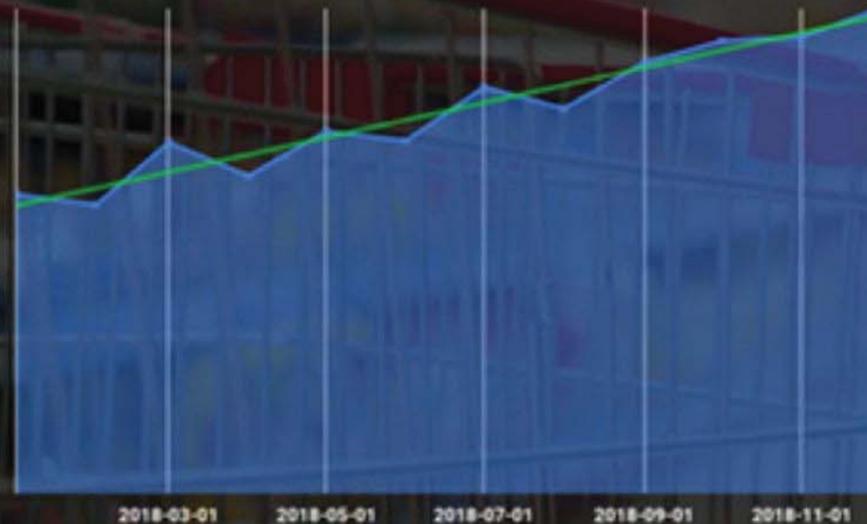


# 1. NUOVI MODELLI DI SCAMBIO

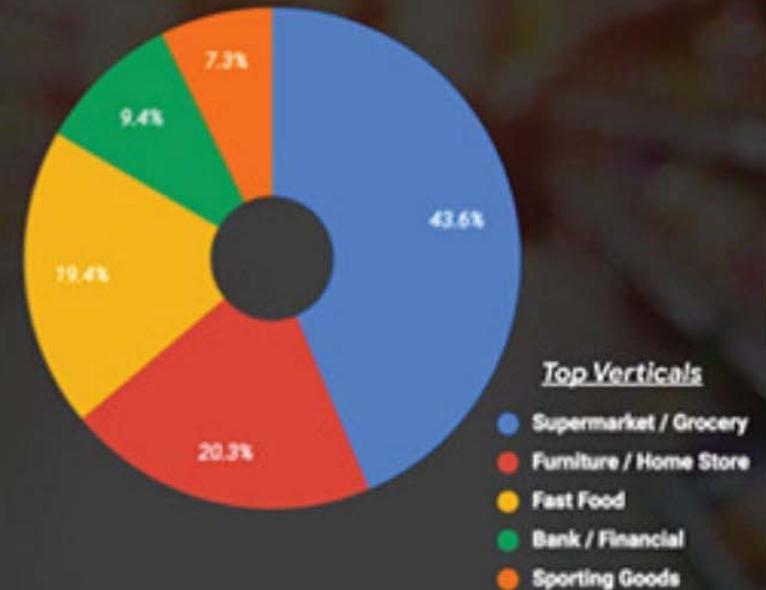
## The Community heavily relies on Waze to navigate to your Store

+57% growth of Navigations towards Retailers in 2018

Retail Navigations Trend in Italy - 2018



Navigations Share in Italy - 2018



### Top Verticals

- Supermarket / Grocery
- Furniture / Home Store
- Fast Food
- Bank / Financial
- Sporting Goods

Le funzionalità base sono gratuite, diventano a pagamento seconda di utenti, opzionalità e contenuti

Xtensio Create powerful business content together.

[Tour](#) [Templates](#) [Community](#) [Pricing](#) [Sign In](#) [Get Started - Free](#)

## Simple Pricing

No credit card required. Cancel any time.

Pay yearly  Pay monthly

USAGE				
Folios	2	10	Unlimited	Unlimited
Seats	Unlimited	\$15/person/month	\$25/person/month	Custom
Image Upload Limit	1 MB/image	5 MB/image	5 MB/image	10 MB/image
Revision History	2 weeks	3 months	6 months	Unlimited
Remove Xtensio Branding	—	✓	✓	✓

## 3. PERSONALIZZAZIONE SPINTA

The screenshot shows the Converse website's customization tool. At the top, there's a search bar and navigation links for 'Shop' and 'Create'. A progress bar indicates '10/18 Completed'. Below this, a color palette allows users to select colors for different parts of the shoe. The main area displays a 3D model of a teal sneaker with a black star and a colorful, patterned eyelet. To the left, the 'Outside Body' section offers options to 'Color' or 'Print' the shoe. To the right, the product name 'Star Player EV Ox Canvas' and price '\$70.00' are shown, along with an 'Add To Cart' button and options to 'Save', 'Share', or 'Get Image'. At the bottom, a tag indicates 'ESTIMATED DELIVERY 2 TO 3 WEEKS'. The footer features the 'CONVERSE Design Your Own' logo and a description: 'The DNA of the original, changed up. Inspired by the All Star sneaker with the addition of an eyerow, padded collar and a Star Chevron logo. Canvas upper.'

**E' possibile "creare"  
il proprio prodotto  
su misura**



Photoshop

Acquisita

€ 24,39/mese

**€ 19,51** /mese IVA inclusa

**Includes:**

Photoshop on desktop and iPad, Fresco, Adobe Portfolio, Adobe Fonts, and Spark.

[Ulteriori informazioni >](#)

100 GB di archiviazione cloud



Illustrator

Acquisita

€ 24,39/mese

**€ 19,51** /mese IVA inclusa

**Includes:**

Illustrator, Adobe Portfolio, Adobe Fonts, and Spark.

[Ulteriori informazioni >](#)

100 GB di archiviazione cloud



Premiere Pro

Acquisita

€ 24,39/mese

**€ 19,51** /mese IVA inclusa

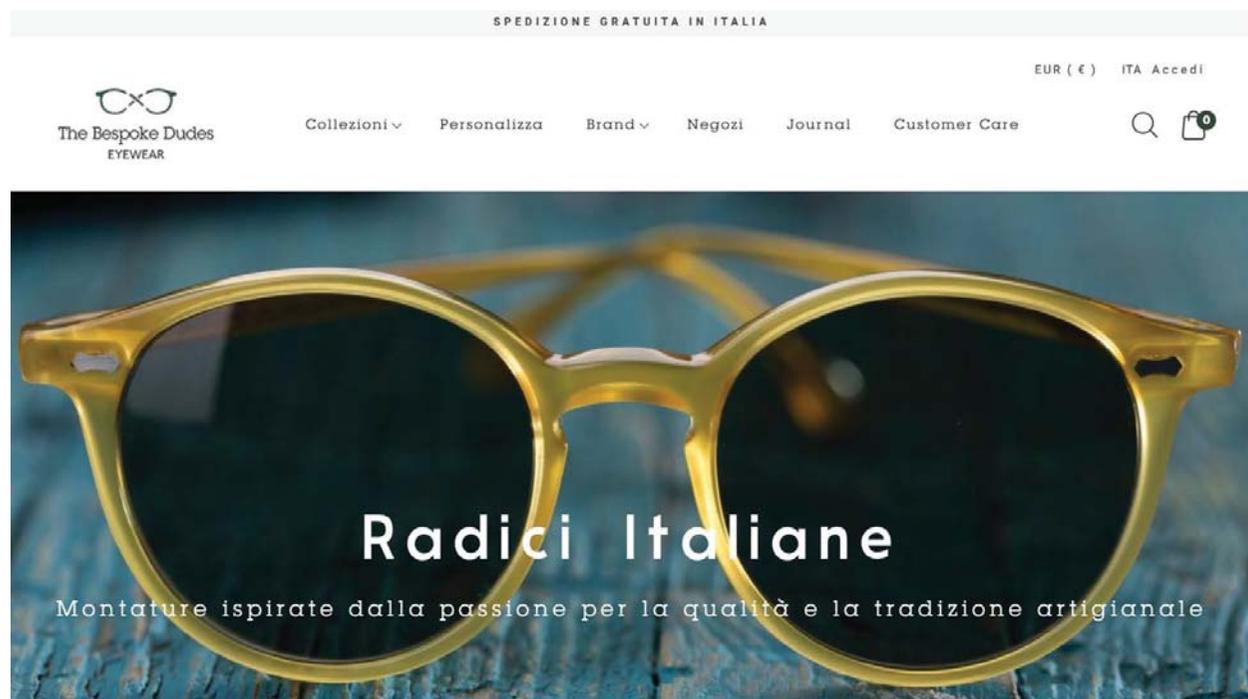
**Includes:**

Premiere Pro, Premiere Rush, Adobe Portfolio, Adobe Fonts, and Spark.

[Ulteriori informazioni >](#)

100 GB di archiviazione cloud

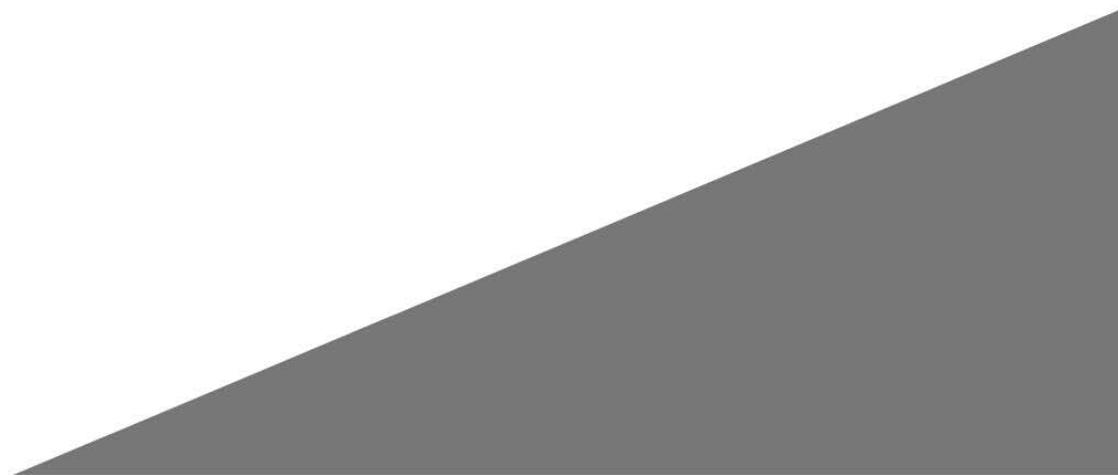
Una giovane startup italiana, che oggi vende circa 10.000 paia di occhiali all'anno grazie all'online e ad una rete di 170 distributori in tutto il mondo, senza una rete di agenti di vendita.



**“Il Business Model Canvas descrive la logica con la quale un’organizzazione crea, distribuisce e cattura valore.”**

**Alexander Osterwalder**

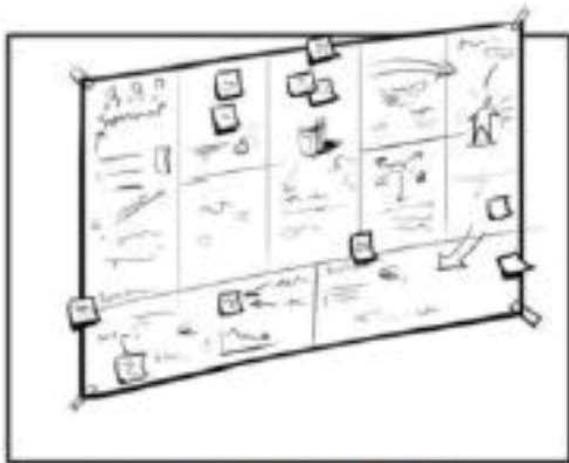
# **STRUMENTI PER LA PRESA DI DECISIONI**



**DETTAGLIO CRESCENTE**



# STRUMENTI PER LA PRESA DI DECISIONI



**Business model**



**Business Case**



**Business Plan**



## 2. BUSINESS CASE

**Analizza gli impatti delle decisioni poste alla base del modello di business disegnato, in termini oggettivi, misurabili e comparabili. Valuta la fattibilità e concretezza di un business**

**1. Introduzione e overview**

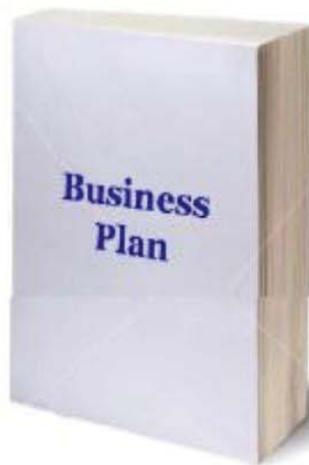
**2. Assunzioni**

**3. Economics**  
(proiezioni economico-finanziarie)

**4. Gestione Rischi**

**5. Conclusioni**

# 3. BUSINESS PLAN



Descrittiva	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Indice dei contenuti</li><li>2. Executive Summary</li><li>3. Descrizione generale dei proponenti e dell'impresa (stato corrente)</li><li>4. Descrizione generale del prodotto/servizio</li><li>5. Piano strategico</li><li>6. Piano marketing</li><li>7. Piano operativo</li><li>8. Piano delle risorse umane ed organizzative</li></ol>
Numerica	<ol style="list-style-type: none"><li>9. Piano finanziario</li><li>10. Proiezioni economico-finanziarie</li></ol>
+	<ol style="list-style-type: none"><li>11. Conclusioni</li><li>12. Allegati</li></ol>

## **RIASSUMENDO IL FLUSSO LOGICO:**

**E' ATTRAENTE?**

**BUSINESS MODEL CANVAS**

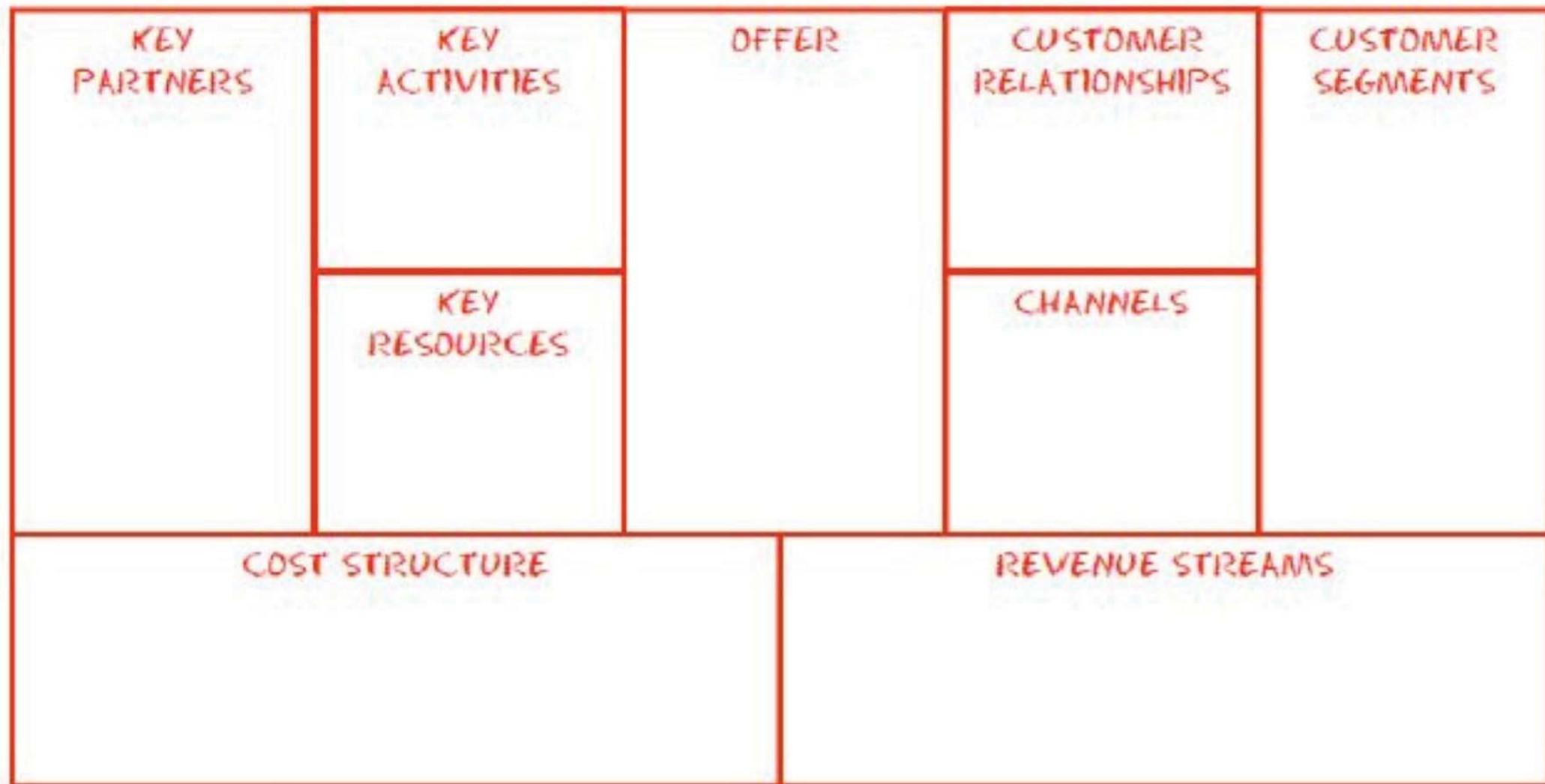
**E' FATTIBILE?**

**BUSINESS CASE**

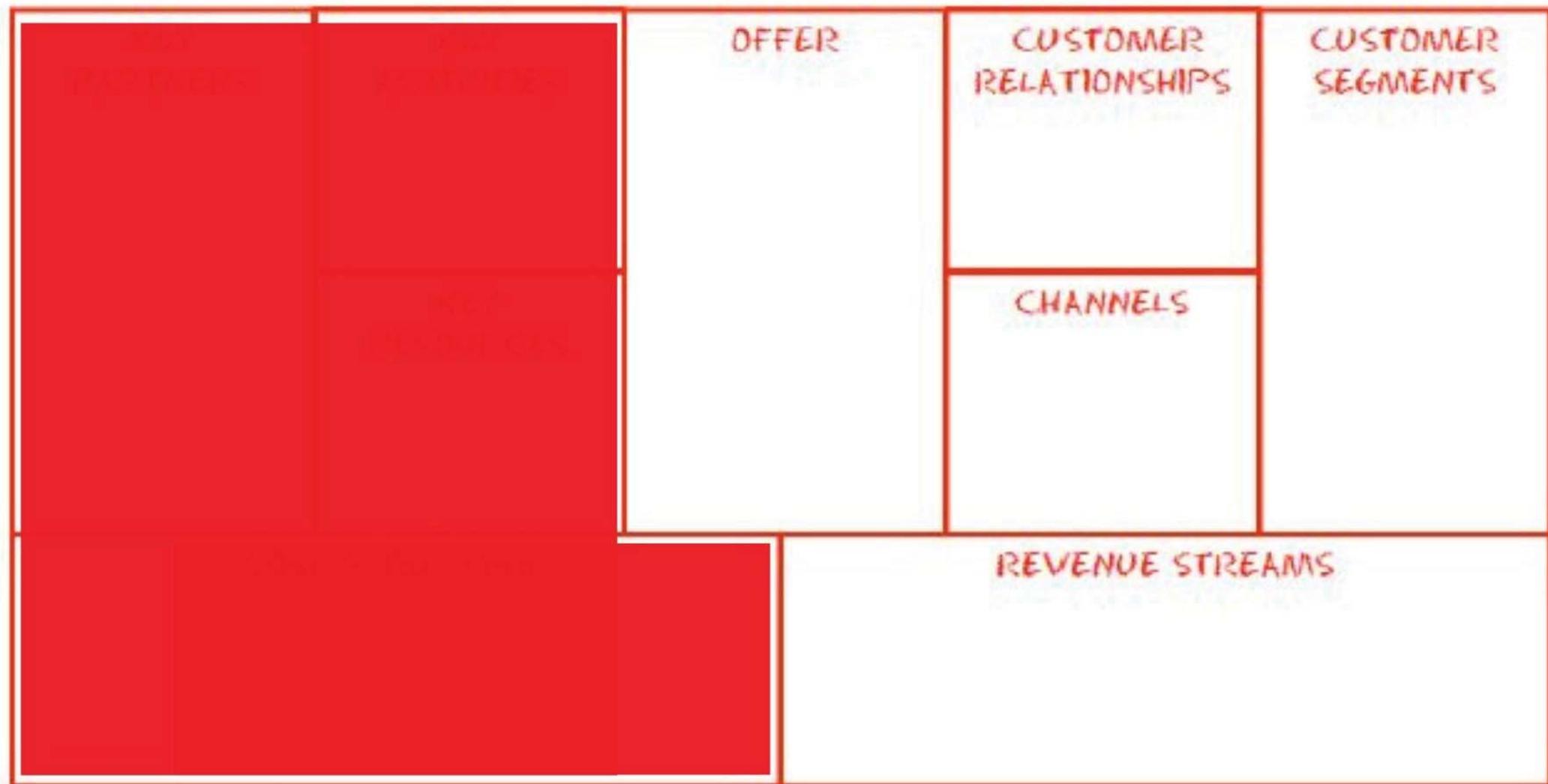
**COME SI REALIZZA?**

**BUSINESS PLAN**

# CANVAS OVERLAY



# CANVAS OVERLAY



## Business Model Canvas

# CUSTOMER SEGMENTS

*Come è strutturato il mercato potenziale?*

*Come lo segmento?*

*Quale è il mio target?*

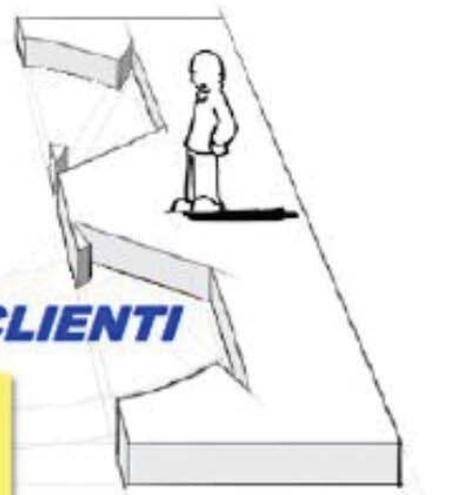
**What**

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

**How**

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

**CLIENTI**



## Business Model Canvas

# VALUE PROPOSITIONS

*Cosa vende l'Azienda?*

*Come viene percepita dai clienti?*

*Come si differenzia dal mercato?*

**VALORE OFFERTO**



**What**

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

**How**

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





## Difficoltà

Descrivi i rischi e le difficoltà che ci possono essere nell'esperienza che offri. Prima, durante e dopo l'esperienza.

**Cosa trova troppo costoso?** (in termini di tempo, soldi e fatica..)

**Cosa fa star male il tuo cliente?** (cose che gli fanno venire il mal di testa, pensieri e preoccupazioni...)

**In che modo le soluzioni già nel mercato non soddisfano appieno il tuo cliente?** (servizi, costi, disponibilità, malfunzionamenti, performance...)

**Quali sono le maggiori sfide che il cliente incontra ogni giorno?** (dalla quotidianità, al combattere con burocrazia, capire come funziona una cosa ecc...)

**Quali effetti sociali negativi il tuo cliente incontra?** (perdere la reputazione, rischio sociale ..)

**Quali sono i rischi che il cliente teme verso l'utilizzo della tua soluzione?** (perdite, soldi, qualcosa che può andare storto...)

**Cosa tiene sveglia il tuo cliente la notte?** (preoccupazioni, cose da fare, rogne e problemi...)

**Quali errori comuni il cliente fa nell'utilizzo della tua soluzione?** (errori di utilizzo, richiesta, valutazione ecc.)

**Quali barriere mentali o fisiche, paradigmi e limiti trova il tuo cliente nell'utilizzo della tua soluzione?** (resistenza al cambiamento, costi di investimento, curva di apprendimento ...)

Classifica le difficoltà per il tuo cliente in base al grado di **IMPORTANZA** e alla **significatività**



# Il Value Proposition Canvas

Proposta di Valore



Copyright Business Model Factory 2011  
 Creator: A. Business Model Generation Strategist  
 Prodotto da [www.startups.com](http://www.startups.com)  
 Adattamento italiano di @btopia\_me - BusinessModelCanvas.it

## PRODOTTI E SERVIZI

Elenca tutti i prodotti e servizi che compongono la tua proposta di valore e specifica quali vanno a generare vantaggi e quali riducono le difficoltà

## GENERATORI DI VANTAGGI

Descrivi il modo in cui i tuoi prodotti/servizi/processi creano vantaggi e rispondono alle richieste della mappa del cliente

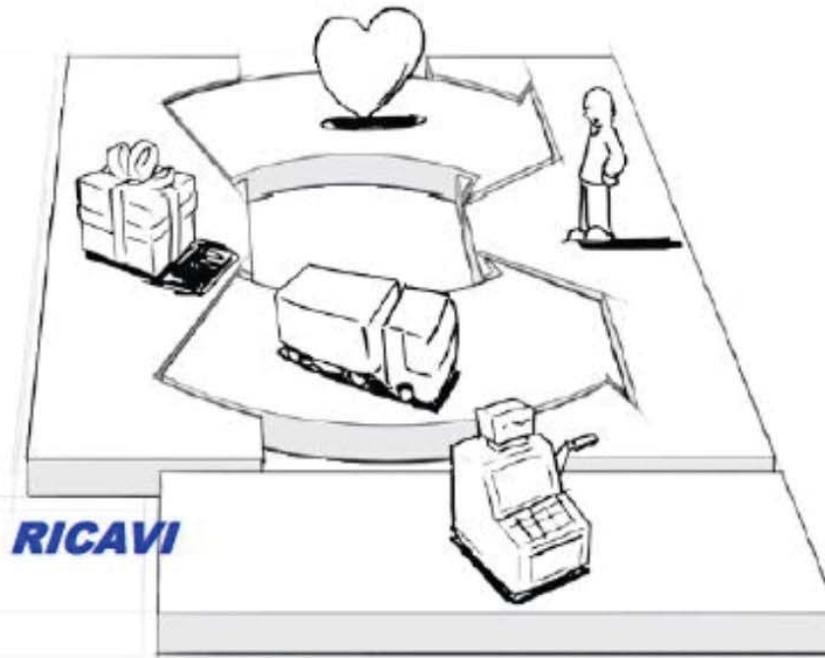
## RIDUTTORI DI DIFFICOLTA'

Descrivi il modo in cui i tuoi prodotti/servizi/processi riducono le difficoltà e rispondono alle richieste della mappa del cliente

## Business Model Canvas

# REVENUE STREAMS

- Asset sale
- Usage fee
- Subscription fee
- Lending/renting/leasing
- Licensing
- Brokerage fees
- Advertising



## Business Model Canvas

### CHANNELS

*Come viene effettuata la distribuzione del prodotto/servizio?*

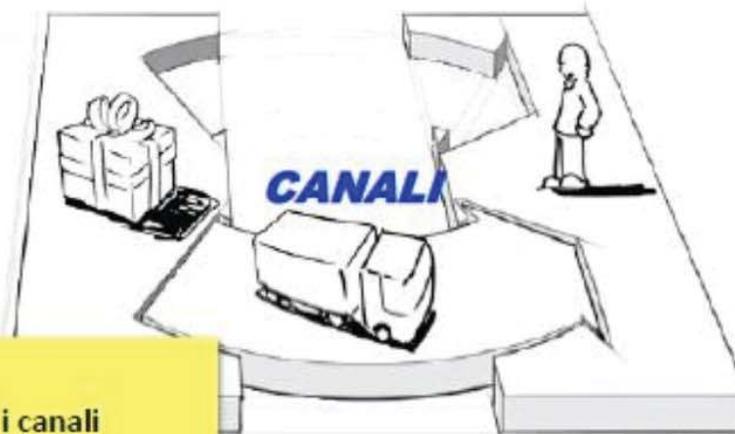
*Quali scelte di Marketing vengono adottate?*

What

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

How

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



## Business Model Canvas

# CUSTOMER RELATIONSHIPS

### RELAZIONE CON I CLIENTI

*Che rapporto ha l'Azienda con i clienti?*

*Come viene gestito il contatto con i clienti?*

*Come viene gestita l'assistenza?*



**What**  
il modo in cui l'Azienda acquisisce e gestisce i clienti

**How**

- esperienza cliente
- immagine Azienda
- efficacia

# CANVAS OVERLAY



## Business Model Canvas

# KEY RESOURCES

*Quali attività incidono sul business?*

*Come vanno strutturati e monitorati i processi chiave?*

**RISORSE CHIAVE**

What

ciò che serve all'Azienda per produrre il valore da offrire al cliente: risorse fisiche, intellettuali, umane, finanziarie, ...

How

- elenco risorse
- relazione con il valore offerto

## Business Model Canvas

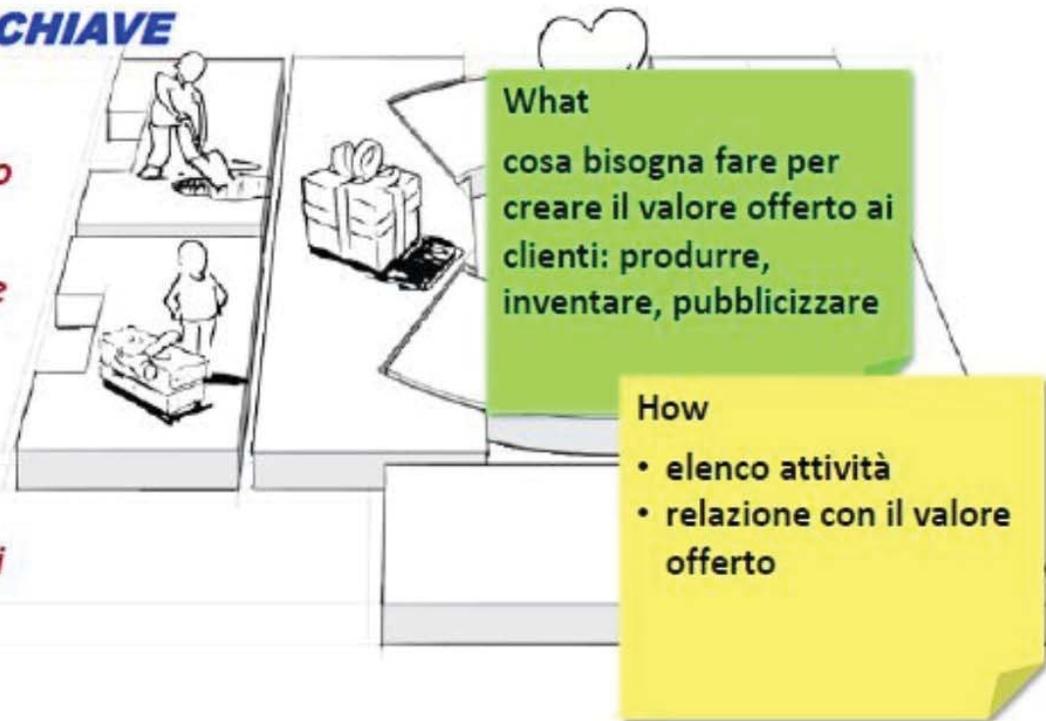
# KEY ACTIVITIES

### **ATTIVITÀ CHIAVE**

*Quali mezzi sono utilizzati per questo business?*

*In termini di risorse umane chi è coinvolto nel processo?*

*Quali sono le competenze che mi distinguono dai competitor?*



**What**

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

**How**

- elenco attività
- relazione con il valore offerto

## Business Model Canvas

### KEY PARTNERS



## Business Model Canvas

# COST STRUCTURE





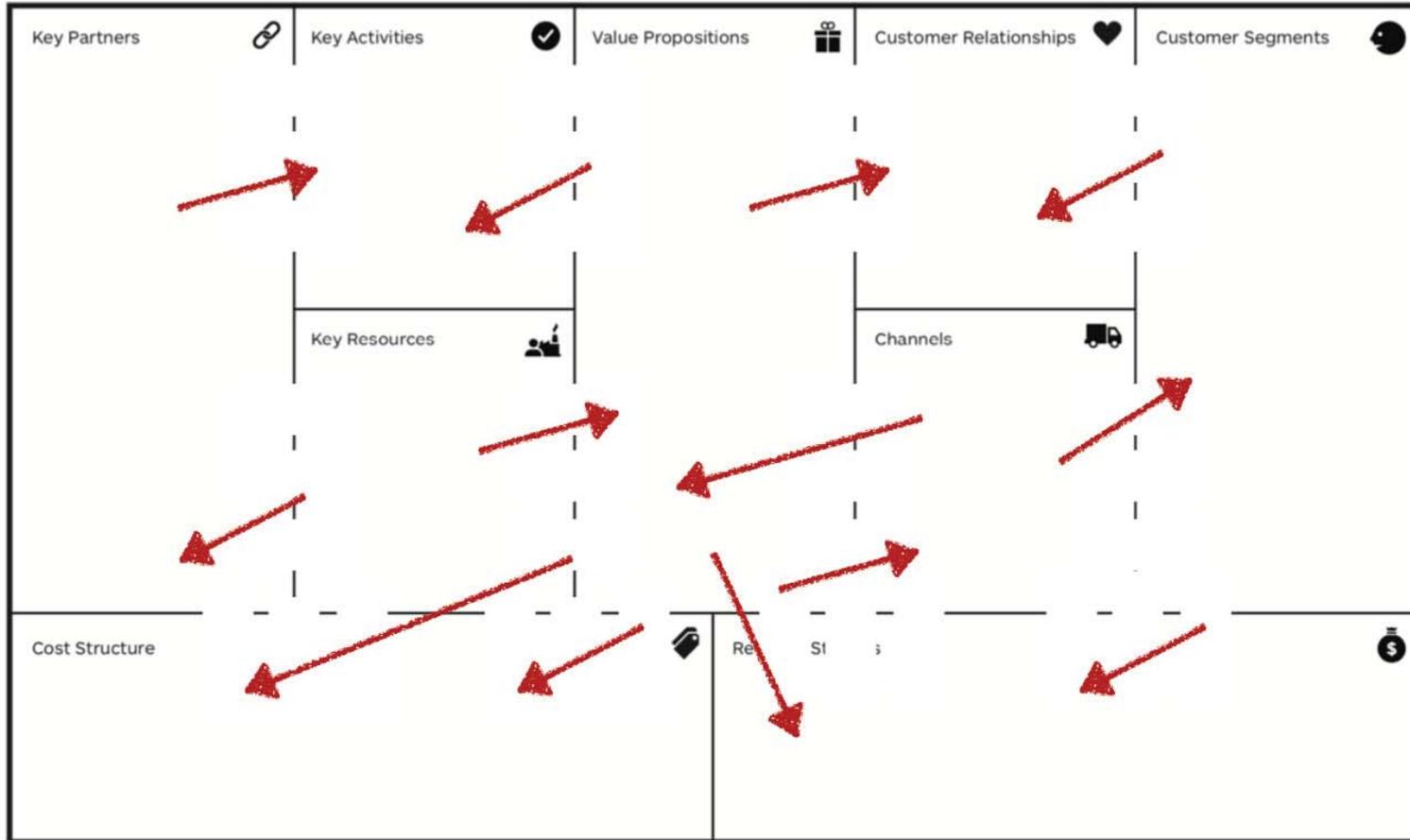
# The Business Model Canvas

Designed for:

Designed by:

Date:

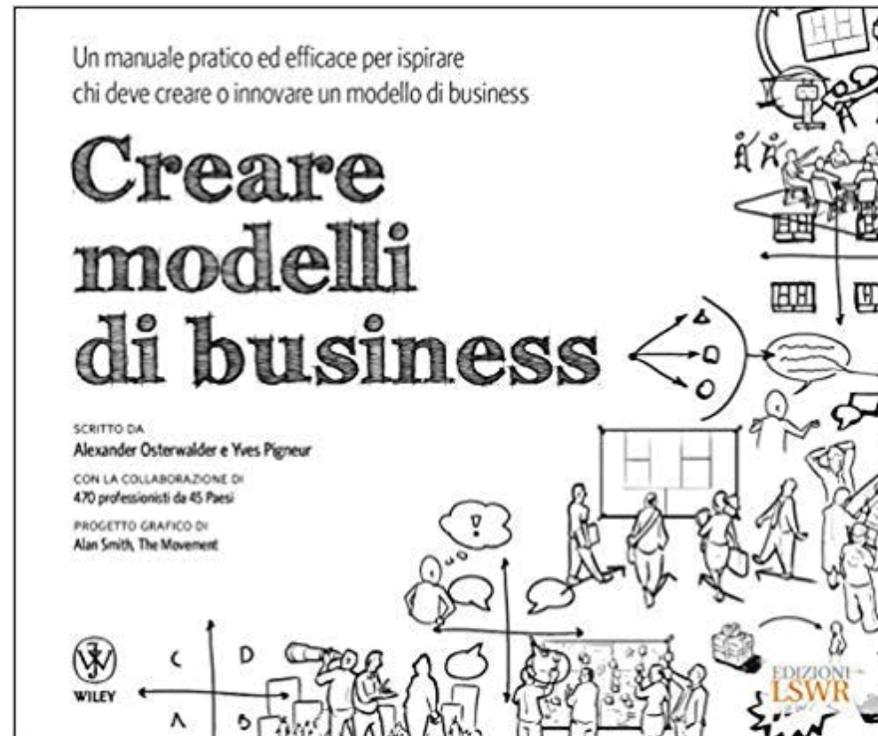
Version:



 This work is licensed under the Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License. To view a copy of this license, visit <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/> or send a letter to Creative Commons, 175 Second Street, Suite 300, San Francisco, California, 94105, USA.  
**DESIGNED BY:** Strategyzer AG  
The makers of Business Model Generation and Strategyzer

 **Strategyzer**  
strategyzer.com

# Letture di approfondimento:



# Il Punto Impresa Digitale: contatti

[www.puntoimpresadigitale.camcom.it](http://www.puntoimpresadigitale.camcom.it)

## **Digital Promoter**

Cristian Ranallo

Tel. 0171 318704

Mail. [cristian.ranallo@cn.camcom.it](mailto:cristian.ranallo@cn.camcom.it)

## **Responsabile Punto Impresa Digitale**

Luisa Silvestro

Tel 0171 318765

Mail: [pid.cciaa@cn.camcom.it](mailto:pid.cciaa@cn.camcom.it)