Il Business Model Canvas

Progettato da: **Adolphe Nikiema**

Progettato per: **Microcredito Nazionale - Fasi 2**

# **Partner chiave**

Attività chiave

# Valore offerto

Relazioni con i clienti

# Segmenti di clientela

Chi sono i nostri Partner chiave? Chi sono i nostri fornitori chiave?

Quali Risorse chiave stiamo acquisendo dai partner? Quali Attività chiave svolgono i partner?

motivazione per la partnership Ottimizzazione e risparmio Riduzione del rischio e dell'incertezza

Acquisizione di particolari risorse e attività

Quali sono le attività necessarie per il nostro valore o

I nostri canali di distribuzione? Le relazioni con i clienti?

I ricavi?

categorie

Produzione

Soluzione di problemi Piattaforma / Rete

Che tipo di valore forniamo ai clienti?

Quale problema dei nostri clienti stiamo aiutando a risolvere? Quale pacchetto di prodotti e servizi stiamo orrendo ai clienti? Quali bisogni deli clienti stiamo soddisfacendo?

caratteristiche

Novità Prestazioni Personalizzazione "Risolvere" Design

Marca / Status ml Prezzo

Riduzione dei costi Riduzione dei rischi Accessibilità Comodità / Usabilità

# Risorse chiave

Quali sono le risorse necessarie per il nostro valore

I nostri canali di distribuzione? Le relazioni con i clienti?

I ricavi?

tipologie di risorse

Fisiche

Intellettuali (marchi, brevetti, diritti d'autore, dati) Umane

Finanziarie

# Canali

Attraverso quali canali vogliono essere raggiunti i nostri clienti?

In che modo li stiamo raggiungendo? Come sono integrati i nostri canali? Quali funzionano meglio?

Quali sono i più e a livello di costi?

Come li stiamo integrando con le abitudini dei clienti?

fasi dei canali

1. Consapevolezza

Come aumentiamo la consapevolezza dei prodotti e servizi della nostra azienda?

1. Valutazione

Come facciamo ad aiutare i nostri clienti a valutare il valore offerto dalla nostra azienda?

1. Acquisto

Come possono i clienti, acquistare specifici prodotti e servizi della nostra azienda?

1. Consegna

In che modo consegniamo il valore offerto ai clienti?

1. Post vendita

Come forniamo assistenza post vendita?

# Struttura dei costi

Quali sono i costi più importanti del nostro Business Model? Quali delle Risorse chiave sono le più costose?

Quali delle Attività chiave sono le più costose?

la tua attività è più:

Orientata al costo (struttura dei costi snella, valore offerto a basso costo, massima automazione, outsourcing spinto) Orientata al valore (focalizzata sulla creazione del valore, valore offerto premium)

# Flussi di ricavi

Per quale valore, i nostri clienti vogliono veramente pagare? Per che cosa pagano?

In che modo stanno pagando? Come preferirebbero pagare?

Quanto contribuisce ai ricavi ogni di ricavi?

tipi prezzo fisso Prezzo dinamico

esempi di caratteristiche: Costi fissi (salari, affitti, utilities) Costi variabili

Economie di scala Economie di gamma

Vendita di beni Costo per l'uso Abbonamento

Noleggio / Affitto / Leasing Intermediazione

Pubblicità

Prezzo di listino

Dipendente dalle caratteristiche del prodotto Dipendente dal segmento cliente

Dipendente dal volume

Negoziazione ( contrattazione ) Tariffazione in tempo reale Mercato in tempo reale

**Descrivere il Business Model Canvas Idea: Agenzia di Viaggio e Turismo (Tra Napoli e Burkina Faso ed anche nei principali Paesi Turistici in Africa); Anche Agenzia di Biglietteria per Immigrati per tutte le destinazioni. Realizzato da: Adolphe Nikiema**

**Partner Chiave:**

I principali fornitori saranno i maggiori vettori internazionali: Air Etiopia, Air France, Air Turkia, Air Europa, Alitalia, Air Marokko, Air Alji; Lufthansa

Biglietti Treni Italia/Europa

Alberghi/Pensioni/Case da fittare in Burkina Faso

Furgoni - Piccoli Bus per trasferimenti in Burkina Faso

Uno dei miei collaboratori è un medico abilitato al Primo Soccorso

**Le risorse che acquisisco sono:**

Le Attività che i fornitori svolgono sono: Biglietti Aerei, Treni,

Stanze in Alberghi/Pensioni/ Case da fittare in Burkina Faso con Certificazioni Anti-Covid Da rinnovare

Accordi con i fornitori Locali di Noleggio Bus/Auto Certificazioni Anti-Covid

Il mio medico abilitato al Primo Soccorso mi garantisce che il viaggio avrà i turisti ben seguiti e gli chiederà preventivamente di cosa necessitano a livello di farmaci.

**Motivazione della Partnership**

Riduzione del rischio dell’incertezza del mercato. I Clienti dovranno avere il Tampone Negativo ed il Certificato Vaccinale. Per tale Motivo, non dovranno fare 40-ena. Questo per Andata e Ritorno. Io me ne occuperò.

Adolphe dovrà richiedere alla singola compagnia che abbia i vettori a norma AntiCovid.

Lo stesso dovrà fare per il noleggio Bus/Auto.

Ottimizzo e risparmio: Alcuni Bus/Auto saranno di mia proprietà in Burkina Faso con il finanziamento del Microcredito

Il mio medico abilitato al Primo Soccorso ha già esperienza con turisti Europei

**Attività Chiave:**

Cura del Cliente per farlo viaggiare con la mia attività.

Vendita pacchetti Viaggio A/R

Visite Ai posti di Artigianato e Turismo

**Le attività per creare Valore** sono: Parlo Italiano, Conosco città e luoghi di interesse per soddisfare molti turisti. Elevata cura del Cliente per farlo viaggiare con la mia attività. Ho la certificazione del Corso di Primo Soccorso. Uno dei miei collaboratori è un medico abilitato al Primo Soccorso e conosce gli Europei

**Le attività per i Canali di Distribuzione** sono: Mail, Sito Web, WhatsApp (… Da rivedere …); Prenotazione da VICINO per farci conoscere, serve a far PARLARE il Cliente nel chiedere DI PIU'. La consegna dei Biglietti DA VICINO per verificare TUTTA la richiesta.

**Le attività per le Relazioni con i Clienti sono**: Creazione Brand della Impresa di Viaggi e Turismo; Creazione di sito Web e di Newsletter, Campagna Social che punta ad una pagina del sito da cui si accompagna il visitatore nel diventare cliente (landing pages), passaparola, Volantinaggio con la stampa delle Grafiche del Brand e che racconti la mia capacità di far divertire i Clienti

**Le attività necessarie per i ricavi** sono:

**Categorie di Attività**

**Risorse Chiave**

**Quali sono le Risorse per il nostro valore offerto**: Accordi con le compagnie Aeree e di trasferimento (Emissione Biglietti Aerei, Treni,

Stanze in Alberghi/Pensioni/ Case da fittare in Burkina Faso). Consentire di ottenere Certificazioni Anti-Covid Da rinnovare, in Italia che in loco

Accordi con i fornitori Locali di Noleggio Bus/Auto Certificazioni Anti-Covid. Contatti con Medico Competente. Finanziamento dell'Ente del Microcredito. Contatti con Ambasciate (Italiana, Francia, Inghilterra …. )

**Quali sono le Risorse per i nostri canali di distribuzione**: Sito Web con servizi di mail personalizzati. Presenza di piattaforma di e-Commerce per pagamenti da Web. Newsletter. WhatsApp solo per contatti in loco. Passaparola. Persone con cui interagire per soddisfare la curiosità di raggiungere posti lontani e con cui organizzare un evento.

**Quali sono le Risorse per le relazioni con i Clienti:** Competenza di Adolphe per fare in modo che conservino il ricordo di un viaggio PERSONALIZZATO. Presenza di Medico Competente che sa curare un Europeo. Sai scegliere per il Cliente Alberghi/Pensioni/Case da fittare in Burkina Faso; Furgoni - Piccoli Bus per trasferimenti in Burkina Faso, SECONDO I MIEI GUSTI.

**Quali sono le Risorse per i ricavi**: Competenza di Adolphe nell'illustrare molto bene i luoghi da visitare e da raggiungere durante il viaggio.; Possibilità di pagamento dilazionato (poche rate)? Poter acquistare i pacchetti di Viaggio tramite sito web di Adolphe (Commercio Elettronico).

**Valore Offerto:**

**I prodotti che offriamo sono:**

**Il valore che offriamo ai Clienti è:**

**Il problema dei Clienti che stiamo aiutando a risolvere è:**

**Il pacchetto di prodotti/servizi che offriamo ai Clienti sono:**

**I bisogni dei Clienti che soddisfaciamo sono**

**Relazioni con i Clienti:** come interagiamo

**La relazione che voglio stabilire e mantenere con ognuno dei segmenti di Clientela è:**

**La relazione che ho stabilito con i Clienti è:**

**Come la relazione è integrata nel Business**:

**I Costi delle relazioni:**

**Segmenti di Clientela: chi sono i nostri Clienti**

**I clienti più importanti sono:**

**Il mercato di riferimento è:**

**Canali e Distribuzione: come forniamo i Prodotti ed i Servizi alla Clientela**

Attraverso quali Canali vogliono essere raggiunti i miei Clienti

**In che modo li sto raggiungendo:**

**Come sono integrati i miei canali:**

**Quali canali funzionano meglio:**

**Quali sono i più efficienti a livello di Costi:**

**Come li stiamo integrando con le abitudini dei Clienti**

**Struttura dei Costi:**

Cosa pago sostanzialmente

**I costi più importanti del Business sono:**

**Le Risorse chiave più costose sono:**

**Le Attività chiave più costose sono:**

**La struttura dei costi**

**Costi fissi:**

**Flussi di Ricavi:** Come Guadagniamo

**Come guadagniamo da ognuno dei principali Gruppi di Clienti**

**Per quale valore i Clienti vogliono pagare:**

**Per che cosa pagano**:

**In che modo pagano**:

**Come preferirebbero pagare:**

Quanto contribuisce ai ricavi ogni flusso di ricavi:

**Tipi di Flussi e Ricavi**

Vendita di

Abbonamenti,

Pubblicità

Prezzo di Listino