



# Gestione Imprese Informatiche

---

*Startup Design Lab*

Nome del team

---

membri:

---

---

---

---

---

---





## Comprensione

Il secondo passo è l'analisi dell'ambiente legato al tema prescelto.

Ci si concentrerà sull'analisi dei potenziali competitor e delle tecnologie disponibili.

Utilizzare le schede che seguono per evidenziare gli elementi salienti di ciascun competitor e di ciascuna tecnologia potenzialmente utile individuata. (copiare la scheda per descrivere i diversi competitor)

Una volta individuato un certo numero di competitor, definire quelli più importanti e provare a definirne il posizionamento sulla base di assi ritenuti salienti.

Una scheda separata permetterà l'elenco delle tecnologie rilevanti per il progetto. (copiare la scheda per elencare più tecnologie utili)

In conclusione, avendo il quadro complessivo dei competitor, dei progetti nati e chiusi nel corso del tempo, provare a intuire i trend a breve (1 anno) e medio termine (3-5 anni) del settore.



**COMPETITOR n. \_\_\_\_\_**

Nome Progetto:

*Anno Pubblicazione*

Nome Competitor:

*Dimensione Competitor*

Struttura Aziendale/Societaria:

Descrizione Progetto:

Value Proposition:

Customer Segments:

Punti di Forza:

Punti di Debolezza:

Canali Utilizzati:

Note

Business Model (*come generano guadagni?*)



## TECNOLOGIA n. \_\_\_\_\_

---

Nome Tecnologia:

*Anno Realizzazione*

---

Nome Produttore:

*Dimensione Competitor*

---

Descrizione Tecnologia:

---

Utilità per il Progetto:

*Alta*

*Media*

*Bassa*

---

Reperibilità sul mercato:

---

Prezzo:

---

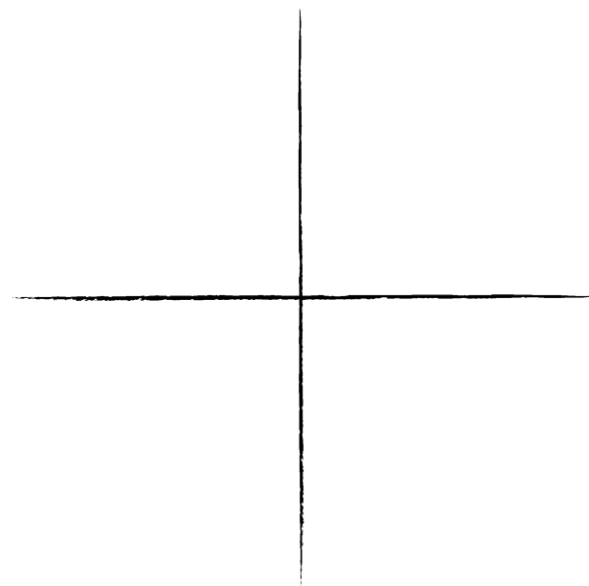
Note:

---



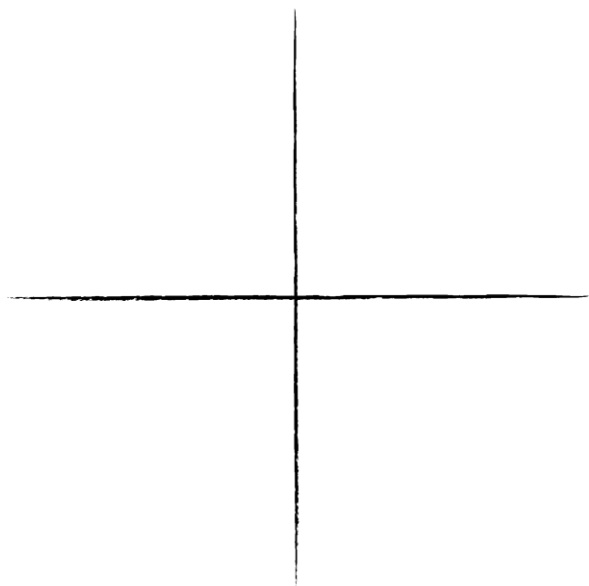
## Posizionamento

Definire gli assi poi posizionare i competitor



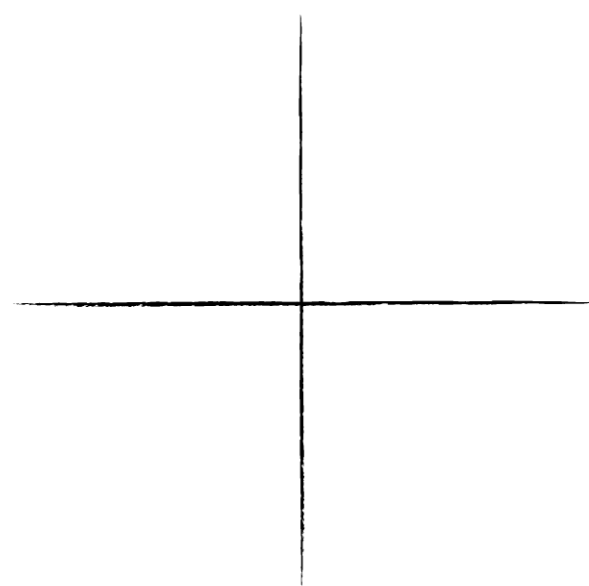
A blank positioning matrix grid consisting of a vertical line and a horizontal line intersecting at the center, dividing the space into four quadrants.

Note:



A blank positioning matrix grid consisting of a vertical line and a horizontal line intersecting at the center, dividing the space into four quadrants.

Note:



A blank positioning matrix grid consisting of a vertical line and a horizontal line intersecting at the center, dividing the space into four quadrants.

Note:



## Trend

A breve termine:

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

A medio termine:

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

## Conclusione sulla scelta del Tema

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---



## Brainstorming

Elencate rapidamente ogni idea di possibile offerta, di possibile prodotto o servizio, che possa, a vostro avviso, essere interessante per il mercato che avete scelto di aggredire.

Idea n.:	Descrizione:

Idea n.:	Descrizione:

Idea n.:	Descrizione:

Idea n.:	Descrizione:

Idea n.:	Descrizione:





Idea n.:	Descrizione:

Idea n.:	Descrizione:

Idea n.:	Descrizione:

Idea n.:	Descrizione:

Idea n.:	Descrizione:

Idea n.:	Descrizione:

Eseguite una sessione Kill&Thrill sulle varie idee e scegliete le 2, 3 o 4 idee migliori.

Perché avete scelto quelle specifiche idee e scartato le altre?

This image shows a single sheet of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are no margins or other markings on the paper.



## Bozze di Modello

Date un nome a ciascuna delle idee selezionate e sviluppate le prime bozze di Business Model

Cercate di completare tutti i settori della cornice che ritenete cruciali. Evidenziate in maniera diversa i percorsi generati da VP o CS differenti.

Per ciascun Modello e ciascun blocco chiave cercate di evidenziare le criticità secondo l'analisi SWOT.

Copiate il canvas e lo SWOT per ogni idea di cui si voglia sviluppare la bozza di business Model (almeno 2).



Partner Chiave	Attività Chiave	Value Proposition	Customer Relationship		Segmenti Clienti
				Canali	
Struttura Costi	Risorse Chiave	Flu\$\$i Ricavi			

Nome Idea

SWOT Generale dell'Idea:

Punti salienti emersi dallo SWOT dei singoli blocchi:

This image shows a single sheet of white paper with horizontal blue or grey ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are no margins, text, or other markings on the paper.



**Business Model Definitivo**

Sulla base dei risultati dello SWOT sulle bozze di modelli selezionate l'Idea Definitiva.

Nome:

Descrizione:



Partner Chiave	Attività Chiave	Value Proposition	Customer Relationship	Segmenti Clienti
	Risorse Chiave		Canali	
Struttura Costi			Flu\$\$i Ricavi	

Idea Definitiva:

Come pensate di affrontare le criticità emerse dall'analisi SWOT? Come sfruttate i Punti di Forza e le Opportunità? Come gestite Debolezze e Minacce?

This image shows a single sheet of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are no margins, text, or other markings on the paper.

## This image shows a single sheet of white paper with horizontal blue or grey ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are approximately 20 lines visible. The paper has a slight shadow on the right side, suggesting it's resting on a surface.





## Clienti

Chi sono i clienti del progetto? Che caratteristiche demografiche hanno? Che valore possono trovare nel nostro prodotto/servizio?

Cliente n.:	Descrizione:

Cliente n.:	Descrizione:

Cliente n.:	Descrizione:

Cliente n.:	Descrizione:



## **Mercato**

Come verranno raggiunti i clienti? Come verrà proposto il prodotto?

## **Strategia di vendita**

Come verrà venduto il prodotto/servizio?

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---



## Vendita

Come verranno raggiunti i clienti? Come verrà proposto il prodotto?

### Strategia di vendita

Come verrà venduto il prodotto/servizio?

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Quali sono le situazioni o i punti di contatto coi clienti?

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Quanto costa la struttura di vendita? E che flusso di vendita genera? Qual è il costo di vendita per ogni prodotto/servizio?

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---



## Canali

Quali canali verranno utilizzati durante le diverse fasi del ciclo di vendita?

### Awareness

---

---

---

---

### Selezione

---

---

---

---

### Acquisto

---

---

---

---

### Consegna

---

---

---

---

### Post-Vendita

---

---

---

---



## Pricing

A che prezzo verrà venduto il Prodotto / Servizio sulla base dei costi di produzione/erogazione, dei competitor e della disponibilità di investimento del cliente?

### Costi di Produzione

---

---

---

---

---

### Prezzi dei Competitor

---

---

---

---

---

### Valore Percepito / Disponibilità di Investimento

---

---

---

---

---



## Budget

Eseguite un'analisi dei costi necessari per sostenere il progetto.



## Costi ANNO 1

### Risorse Umane

#### Fondatori

<i>nome</i>	<i>ruolo</i>	<i>stipendio lordo annuo</i>
-------------	--------------	------------------------------

#### Staff

<i>numero</i>	<i>ruolo</i>	<i>stipendio lordo annuo</i>
---------------	--------------	------------------------------

### Risorse Fisiche

<i>Locali</i>	<i>Costo Annuale/Fisso</i>
---------------	----------------------------

<i>Strutture/Macchinari/Software</i>	<i>Costo Annuale/Fisso</i>
--------------------------------------	----------------------------



### **Risorse Intellettuali**

*Brevetti*

*Costo Annuale/Fisso*

### **Altri Costi Fissi**

*Burocrazia*

*Costo Annuale/Fisso*

### **Costi Variabili**

*Costo per unità di Prodotto*





## Costi ANNO 2

### Risorse Umane

#### Fondatori

<i>nome</i>	<i>ruolo</i>	<i>stipendio lordo annuo</i>
-------------	--------------	------------------------------

#### Staff

<i>numero</i>	<i>ruolo</i>	<i>stipendio lordo annuo</i>
---------------	--------------	------------------------------

### Risorse Fisiche

<i>Locali</i>	<i>Costo Annuale/Fisso</i>
---------------	----------------------------

<i>Strutture/Macchinari/Software</i>	<i>Costo Annuale/Fisso</i>
--------------------------------------	----------------------------



### **Risorse Intellettuali**

*Brevetti*

*Costo Annuale/Fisso*

### **Altri Costi Fissi**

*Burocrazia*

*Costo Annuale/Fisso*

### **Costi Variabili**

*Costo per unità di Prodotto*



## Costi ANNO 3

### Risorse Umane

#### Fondatori

<i>nome</i>	<i>ruolo</i>	<i>stipendio lordo annuo</i>
-------------	--------------	------------------------------

#### Staff

<i>numero</i>	<i>ruolo</i>	<i>stipendio lordo annuo</i>
---------------	--------------	------------------------------

### Risorse Fisiche

<i>Locali</i>	<i>Costo Annuale/Fisso</i>
---------------	----------------------------

<i>Strutture/Macchinari/Software</i>	<i>Costo Annuale/Fisso</i>
--------------------------------------	----------------------------



### **Risorse Intellettuali**

*Brevetti*

*Costo Annuale/Fisso*

### **Altri Costi Fissi**

*Burocrazia*

*Costo Annuale/Fisso*

### **Costi Variabili**

*Costo per unità di Prodotto*



## Ricavi

Costo unitario Prodotto 1

Mercato Potenziale Prodotto 1

Vendite Anno 1

Ricavi

Vendite Anno 2

Ricavi

Vendite Anno 3

Ricavi

Costo unitario Prodotto 2

Mercato Potenziale Prodotto 2

Vendite Anno 1

Ricavi

Vendite Anno 2

Ricavi

Vendite Anno 3

Ricavi

Grafico Costi/Ricavi

## Analisi di Breakeven ( e EBITDA)

Il breakeven verrà raggiunto...

[illegible]

Che metriche è necessario raggiungere per assicurarsi il successo? Che metriche pensate di poter mantenere (assumptions) e perché? Sulla base di cosa?

[illegible]

Il progetto è realizzabile con risorse interne o è necessario trovare un investimento? Di che entità? In un singolo Round o in Round multipli? A che valorizzazione?

[illegible]





## Milestones

Come pensate di attuare operativamente il vostro progetto?

Con che scadenze? Con che Risultati attesi? Quando pensate di allacciare nuove partnership? Quando pensate di espandervi al mercato internazionale?

### Anno 1

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

### Anno 2

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

### Anno 3

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

## This image shows a single sheet of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are no margins, text, or other markings on the paper.