Gestione Imprese Informatiche

Startup Design Lab

|  |
| --- |
| Nome del team |
| membri: |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |

# Tema

Il primo passo è la scelta del tema su cui si vuole lavorare.

## Argomenti

Selezionare almeno un argomento da ciascuno dei tre box di seguito e usare l'associazione ottenuta come spunto per la scelta del tema. Possono venir scelte più voci dopo la terza. Eventuali argomenti aggiuntivi possono venir proposti al docente.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Tecnologia | Sociale | Target |
| Big Data Analytics | Alimentazione | B2B |
| Cloud Computing | Ambiente e Green | B2C |
| Disintermediazione | Arte e Design | C2C |
| Domotica | Cultura | Per anziani |
| E-Learning | Integrazione | Per aziende |
| Emotion 2.0 | Istruzione | Per bambini |
| Gamification | Riciclaggio | Per donne |
| Geolocalizzazione | Risparmio | Per portatori di handicap |
| Internet delle Cose | Risparmio Energetico | Per uomini |
| m-Commerce | Salute | Per coppie |
| Mobile | Sicurezza | Per animali |
| Proximity | Uso vs. Possesso | Per scuole |
| Realtà Aumentata |  |  |
| Social  Wereable Tech  Droni  Stampa 3D  Virtual Assistants  Affective Computing |  |  |
|  |  |  |
| Altro |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |

## Descrizione

Descrizione generica del tema che si è deciso di affrontare

|  |
| --- |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |

# 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



Note:



Note:

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: |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |

# Selezione

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

Sulla base: dell’originalità, della fattibilità, della passione che vi suscitano.

# Motivazione

Perché avete scelto quelle specifiche idee e scartato le altre?

|  |
| --- |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |

# 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).



Nome Idea

|  |  |
| --- | --- |
| SWOT Generale dell'Idea: | |
| **Punti di Forza** | **Punti di Debolezza** |
| **Opportunità** | **Minacce** |

Punti salienti emersi dallo SWOT dei singoli blocchi:

|  |
| --- |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |

# Business Model Definitivo

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

|  |
| --- |
| Nome: |
| Descrizione: |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |



Idea Definitiva:

# Soluzione delle Criticità

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

|  |
| --- |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |

# Note, Conclusioni e Commenti sul Progetto definitivo

|  |
| --- |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |

# 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 / Serrvizio 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** |  |  |
| *nome* | *ruolo* | *stipendio lordo annuo* |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
| **Staff** |  |  |
| *numero* | *ruolo* | *stipendio lordo annuo* |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
| **Risorse Fisiche** |  |  |
| *Locali* |  | *Costo Annuale/Fisso* |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
| *Strutture/Macchinari/Software* | | *Costo Annuale/Fisso* |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
| **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** |  |  |
| *nome* | *ruolo* | *stipendio lordo annuo* |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
| **Staff** |  |  |
| *numero* | *ruolo* | *stipendio lordo annuo* |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
| **Risorse Fisiche** |  |  |
| *Locali* |  | *Costo Annuale/Fisso* |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
| *Strutture/Macchinari/Software* | | *Costo Annuale/Fisso* |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
| **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** |  |  |
| *nome* | *ruolo* | *stipendio lordo annuo* |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
| **Staff** |  |  |
| *numero* | *ruolo* | *stipendio lordo annuo* |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
| **Risorse Fisiche** |  |  |
| *Locali* |  | *Costo Annuale/Fisso* |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
| *Strutture/Macchinari/Software* | | *Costo Annuale/Fisso* |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
| **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… |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |

# Metriche e Assumptions

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

|  |
| --- |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |

# Investimento

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?

|  |
| --- |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |

# 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**

|  |
| --- |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |

# Note, Conclusioni e Commenti

|  |
| --- |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |