



# Gestione Imprese Informatiche

---

*Startup Design Lab*

Nome del team **NutSoftware**

---

## **FASE 2 - DESIGN**

---



## 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. Seguendo le indicazioni sulla slide 10.19

Idea n.: **1** Descrizione: Applicazione per parrucchieri. L'applicazione fornirà un servizio alle clienti in attesa e renderà più facile la vendita di prodotti ai parrucchieri. Le clienti avranno un'attesa più piacevole così il parrucchiere potrà svolgere con più calma il proprio lavoro e le clienti saranno portate a frequentare di più la parrucchiera. L'applicazione consiste nello permettere di inserire la propria foto, modificarla provando i tagli di capelli preferiti, modificare il colore di capelli, salvare la propria foto e pubblicarla nei social network preferiti, in modo da poter sapere i pareri degli amici e poter richiedere quei trattamenti al parrucchiere. Inoltre, nel momento in cui il parrucchiere starà eseguendo taglio o colore alla cliente, questa potrà utilizzare l'applicazione per scegliere prodotti adeguati ai propri capelli fra quelli venduti.

Idea n.: **2** Descrizione: Applicazione per profumerie e negozi di make-up. Vicino agli espositori di trucchi sarà disponibile un tablet in cui la cliente potrà inserire la propria foto e selezionare i trucchi, in modo che la cliente possa vedere come sarebbe utilizzando quei trucchi. L'applicazione farebbe risparmiare il numero di prodotti di prova che vengono offerti alle clienti e le clienti potrebbero pubblicare la foto nei social network ricevendo i consigli delle amiche.

Idea n.: **3** Descrizione: Applicazione per negozi di vestiti. Le clienti troverebbero, vicino all'espositore di vestiti, un tablet in cui potrebbero cercare se è presente il vestito della determinata taglia, inserire la propria foto e vedere come sta il vestito, in seguito, potrebbero comunque provarlo nel camerino. Spesso si perde tempo a cercare il vestito di quella taglia che magari non è nemmeno presente nell'espositore. Inoltre l'applicazione potrebbe rilevare quante volte viene cercato il capo della determinata taglia, in modo che, se questo risulta carente e molto ricercato, il negozio possa riordinare il capo.

Idea n.: **4** Descrizione: Applicazione da utilizzare prima di un consulto di chirurgia estetica. Chi è interessato ad un intervento estetico potrebbe vedere che effetti avrebbe nel proprio corpo quell'intervento prima di fare un consulto dal medico che risulta molto dispendioso. L'applicazione sarebbe disponibile direttamente al cliente finale e questo potrebbe inserire la propria foto, frontale e laterale, selezionare l'intervento preferito e applicarlo, inoltre si potrebbero ridimensionare a piacimento le parti del corpo. Per ogni intervento sarebbero disponibili gli eventuali effetti collaterali, in modo che l'utente possa essere a conoscenza delle caratteristiche dell'intervento desiderato, compreso il prezzo medio.

Idea n.: **5** Descrizione: Applicazione per satorie che fanno abiti su misura: sarà possibile far utilizzare questa applicazione alle clienti che vogliono un determinato abito, fatto con determinati tessuti e di colori a scelta. In base alle caratteristiche scelte sarà possibile visualizzare un preventivo dell'abito e vedere un anteprima del risultato immettendo le proprie misure pre creare un manichino che simuli l'aspetto del/della cliente con l'abito indossato.



Idea n.: **6** Descrizione: Applicazione per estetisti per permettere alle clienti di poter decidere cosa perfezionare con quali trattamenti e vedere i risultati "simulati" (in particolare gli effetti sulle unghie); potrà dare la possibilità di consultare un catalogo di tutti i trattamenti e prodotti in vendita e di fare preventivi e di pubblicare sui social network feedback positivi sul centro estetico in cui si trova.

---



---

Idea n.: **7** Descrizione: L'idea riguarda un'applicazione per tablet da distribuire nei centri estetici. Questa consiste in una piattaforma per provare virtualmente le ricostruzioni unghie con tutti i vari colori ed effetti. L'utente dovrebbe caricare la foto della sua mano, precedentemente effettuata con il tablet stesso, e scegliere quale stile applicare su di se. Dopo aver scelto le unghie che preferisce, può visualizzare i prodotti che sono stati usati per realizzare tale risultato e, se gli piacciono, può ordinarli per se in modo che, la prossima volta che si reca dall'estetista, possa trovarli pronti.

---



---

Idea n.: **8** Descrizione: Applicazione che permette di registrarsi online e di creare dal proprio smartphone/tablet un proprio avatar simile a se stessi. Questo avatar può essere utilizzato contemporaneamente in qualunque social network/IM/chat/forum; qualunque modifica effettuata all'avatar dallo smartphone/tablet si ripercuote immediatamente su tutte le piattaforme su cui si è registrati e che sono state collegate all'avatar. Si fornisce la possibilità di personalizzare ampiamente le caratteristiche dell'avatar, aggiungere oggetti e accessori oltre alle caratteristiche fisiche.

---



---

Idea n.: **9** Descrizione: Aggiunta alla value proposition iniziale (idea 1) e al customer relationship: aggiungere una comunità. Oltre all'applicazione, fornire un sito internet di community dedicato (stile forum) dove anche chi non appartiene alla propria cerchia di amici (FB, Twitter...) può commentare e dare consigli sul taglio. L'applicazione rimarrebbe comunque l'unico modo per gli utenti di creare il vero e proprio taglio.

---



---

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?

Dopo aver discusso sulle idee emerse nella fase di brainstorming sono state scelte le idee 1,2,7 e 8. Le restanti idee sono state scartate per una serie di motivi di seguito spiegati. Innanzitutto alcune idee rischiavano di entrare in un mercato troppo competitivo, ad esempio l'idea 9, in cui si rischia di dover entrare in competizione con i maggiori social network. Altre idee sono state ritenute troppo complicate da realizzare, viste le tecnologie a disposizione ed il livello di software l'idea 5 è stata ritenuta troppo complessa da realizzare. Infatti si rischierebbe di far realizzare al cliente un abito che nella realtà sarebbe troppo complicato da produrre. Il cliente potrebbe non avere competenze di sartoria adatte. Fra le idee rimanenti alcune trattavano argomenti simili, come l'idea 2 e 6. In questo caso si sono scelte le idee ritenute più originali e quelle che si pensava che avrebbero avuto maggior espansione nel mercato. Le idee 1,2,7 e 8 sono state scelte perché ritenute le più originali e con più possibilità di successo nel mercato. Prima di scegliere le idee è stata fatta una breve analisi ad alto livello per capire quali avrebbero potuto avere un futuro nel mercato. L'idea 1 è stata scelta perché ritenuta particolarmente originale e perché si pensa che potrebbe interessare le aziende a cui è destinata. L'idea numero 2 è stata scelta perché interessa particolarmente al gruppo, potrebbe avere una buona possibilità di successo e fornire un servizio utile alle aziende permettendo di limitare i costi. L'idea 7 è stata scelta perché abbastanza originale e perché è destinata ad un ampio mercato, inoltre si ritiene sia facilmente fattibile e che possa interessare le clienti finali. Infine, l'idea 8 è stata scelta perché sfrutta l'interazione con i social network che sono sempre più in espansione e per questo motivo potrebbe avere molto successo.



## Bozze di Modello

Date un nome a ciascuna delle idee selezionate e sviluppate le prime bozze di Business Model seguendo le indicazioni sulla slide 10.22.

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.



Partner Chiave	Attività Chiave	Value Proposition	Customer Relationship	Segmenti Clienti
Fornitori di tablet per avere dei vantaggi sui dispositivi tecnologici	<b>PRODUZIONE</b> -progettazione -realizzazione -consegna -relazione con social network	Novità: un'applicazione come questa per le parrucchiere al momento non si trova in commercio. Personalizzazione: il prodotto dev'essere personalizzato, ogni parrucchiere deve inserire i propri prodotti che vengono venduti.	<b>Assistenza</b> personale: data sia quando il cliente deve acquistare il prodotto, sia per risolvere eventuali problemi del cliente  <b>Canali</b> -giornali -radio -domicilio (si può promuovere il prodotto alla parrucchiera) -web	Prrucchiere (i clienti principali) Clienti (i clienti delle parrucchiere) Il prodotto è venduto alle parrucchiere ma queste lo offriranno ai loro clienti.
<b>Struttura Costi</b>	<b>Flussi Ricavi</b>  Pagamento una tantum (dato dalla vendita del prodotto)  Costi variabili (costi dei tablet, creazione e manutenzione del software) Economia di scala (vantaggi dati dalla relazione con i fornitori di tablet)			

Nome Idea

Care Your Hair

SWOT Generale dell'Idea:

**CARE YOUR HAIR****Punti di Forza**

L'idea è innovativa, può creare un vantaggio competitivo.  
Offre un servizio in più all'azienda che le altre aziende non hanno.  
Non ci sono applicazioni simili nel mercato.

**Punti di Debolezza**

Competitività scarsa, i prezzi inizialmente tenderanno ad essere alti. Le key activities potrebbero essere copiate facilmente in quanto l'idea non è protetta. I costi rischiano di essere insostenibili.

**Opportunità**

Uso di tecnologie nuove in ampia diffusione. Diffusione del prodotto su nuovi mercati (parrucchierie). Debolezze nella concorrenza, non ci sono molte applicazioni simili.

**Minacce**

Il prodotto potrebbe non venire comprato per la crisi economica.  
La diffusione del prodotto dipende dalla sua vendita.

Punti salienti emersi dallo SWOT dei singoli blocchi:

Dallo swot è emerso che l'idea ha dei buoni punti di forza in quanto presenta un prodotto innovativo in un mercato in cui c'è carenza di competitor. Il prodotto permette all'azienda di offrire un servizio esclusivo alle proprie clienti e quindi di aumentare i guadagni. Ci sono alcuni punti di debolezza tipici di una start-up iniziale. Con la mancanza di un capitale iniziale, infatti, non si riesce a produrre a basso costo e a proteggere le idee. Visto lo sviluppo tecnologico ci sono molte opportunità per la realizzazione del prodotto e il suo inserimento nel mercato. Al momento ci sono poche minacce, quelle presenti sono date dal periodo storico e dal fatto che per ottenere grossi introiti bisogna vendere una grande quantità di prodotti. Concludendo, lo swot presenta un ambiente favorevole allo sviluppo del prodotto.



<b>Partner Chiave</b> I nostri partner chiave sono delle eventuali software house specializzate in grafica per la realizzazione di un'aspetto molto accattivante dell'applicazione e delle aziende pubblicitarie che ci aiutino a far conoscere il nostro prodotto.	<b>Attività Chiave</b> La nostra attività chiave è senz'altro il problem solving, sempre per la realizzazione dell'applicazione	<b>Value Proposition</b> Applicazione per tablet che permette all'utente, dopo aver caricato la foto della sua mano, di provare unghie colorate e decorate nelle maniere più stravaganti. Dopo averle provate, può scegliere di scoprire le tecniche e i materiali che sono stati utilizzati per realizzarle e, se vuole, ordinare tali prodotti per sé. Il prodotto, sostanzialmente, sarebbe una grande novità nel mondo dell'estetica e offrirebbe una grande possibilità di personalizzazione del risultato sulle clienti.	<b>Customer Relationship</b> Il rapporto con il cliente che ci piacerebbe realizzare è inizialmente un servizio dedicato, infatti al momento dell'acquisto, ci sarà bisogno di personalizzare l'applicazione con i prodotti del cliente. Poi, il cliente verrà messo nelle condizioni di usarlo in maniera Self-Service.	<b>Segmenti Clienti</b> Mercato di nicchia. La nostra applicazione è pensata per essere venduta alle estetiste che vogliono pubblicizzare le loro tecniche di ricostruzione delle unghie ed i prodotti che usano per realizzare la loro arte.
<b>Risorse Chiave</b> Le nostre risorse chiave sono senza dubbio le risorse umane ed intellettuali per la realizzazione del software e la sua diffusione.	<b>Canali</b> Il canale che useremo per diffondere il nostro prodotto sarà l'Android Market e l'Apple Store. Inoltre sarà pubblicizzato nelle riviste specialistiche per estetiste e nei forum femminili più in voga al momento.	<b>Flu\$\$i Ricavi</b> Il ricavo prevalente da noi realizzato consiste nella vendita del nostro prodotto negli App. Market online.		
<b>Struttura Costi</b> I costi che dovremmo sostenere per la realizzazione di questo progetto consistono nei costi fissi per pagare le risorse umane che lavoreranno al progetto e le strutture fisiche necessarie (computer prevalentemente e tablet per provare il risultato finale).				

Nome Idea  
Nail Parade



SWOT Generale dell'Idea:

**NAIL PARADE****Punti di Forza**

Aspetto innovativo dell'idea (conoscere tecniche e materiali di realizzazione). Prodotto potenzialmente interessante per il cliente (sarebbe disposto a pagare per il prodotto). Il mercato a cui si rivolge è ampio.

**Punti di Debolezza**

L'idea non è abbastanza protetta ed è facilmente copiabile. I guadagni si hanno solamente con la vendita del prodotto. Molte ragazze interessate alla nail's art sanno creare da sole certi effetti. Il guadagno rischia di essere scarso (l'applicazione non può essere venduta ad un alto prezzo)

**Opportunità**

Disponibilità di nuove tecnologie che supportino il prodotto. Si può soddisfare un bisogno del cliente che prima non credeva di avere.

**Minacce**

C'è una forte concorrenza nelle applicazioni per le unghie. Il mercato può essere facilmente saturato.

Punti salienti emersi dallo SWOT dei singoli blocchi:

Dallo swot è emerso che l'idea è interessante ed innovativa per certi aspetti ma carente di originalità per altri, infatti nel mercato ci sono molte applicazioni dedicate al makeUp per unghie. L'applicazione si rivolge ad un mercato ampio e le clienti sarebbero interessate a pagare per il servizio offerto. Ci sono però alcune debolezze che possono compromettere lo sviluppo del prodotto. L'applicazione, infatti, per avere ampio sviluppo dovrebbe essere venduta ad un prezzo basso facendo quindi ottenere bassi introiti. L'idea non è abbastanza protetta e visto che il prodotto è finalizzato ad un ampio mercato si ha il rischio che l'idea venga copiata o che l'applicazione sia ottenuta dalle clienti senza averla pagata. Lo swot ha rilevato anche un basso numero di opportunità. Infatti si riesce a soddisfare i bisogni del cliente e si può far uso delle tecnologie in espansione ma non si vedono altre opportunità per lo sviluppo del prodotto. Le minacce invece sono carenti. Concludendo si può dire che l'idea è interessante ma probabilmente non ha abbastanza punti di forza per avere successo nel mercato.

<b>Partner Chiave</b> Importanti sono le software che sviluppano sistemi grafici per dispositivi mobile che siano particolarmente performanti.	<b>Attività Chiave</b> L'attività chiave dell'organizzazione sarà orientata al problem solving in quanto l'applicazione deve aiutare i negozi di make-up a mantenere e ottenere nuove clienti e la produzione di ottimizzazioni al programma.	<b>Value Proposition</b> Applicazione per tablet che consente data una foto o un volto stile manichino di testare effetti di make-up e di pubblicare tali foto sui principali social network. L'applicazione consentirebbe oltre che offrire un aspetto di novità del settore, anche una riduzione dei costi interni grazie alla riduzione del numero di prodotti di prova e ad un maggior tipo di supporto alle clienti.	<b>Customer Relationship</b> Inizialmente ci sarà un'assistenza dedicata per le maggiori catene di negozi di profumerie e make-up e un servizio self-service per le necessità di minor importanza.	<b>Segmenti Clienti</b> L'applicazione sarà utilizzata dai clienti di profumerie o più in generale da negozi con un reparto di make-up. Tali clienti potranno scattarsi foto per vedere l'effetto di determinati trucchi sul loro volto.
<b>Risorse Chiave</b> Importanti saranno le risorse intellettuali per permettere lo sviluppo e la diffusione del software e tutte quelle risorse fisiche (pc, server) per permettere lo sviluppo.	<b>Risorse Chiave</b> Importanti saranno le risorse intellettuali per permettere lo sviluppo e la diffusione del software e tutte quelle risorse fisiche (pc, server) per permettere lo sviluppo.		<b>Canali</b> I canali utilizzati per la diffusione dell'applicazione saranno AppStore e per AndroidMarket e ci si servirà di venditori che pubblicheranno l'applicazione presso le catene di negozi maggiori.	
<b>Struttura Costi</b> Costi fissi per mantenere le risorse umane e le strutture per lo sviluppo oc, rete e tablet per collaudi finali).		<b>Flu\$si Ricavi</b> I ricavi deriveranno dalla vendita dell'applicazione alle catene/negozi interessati.		

Nome Idea  
MakeUp World



SWOT Generale dell'Idea:

**MAKEUP WORLD****Punti di Forza**

**Permette all'azienda di ridurre i costi perchè viene ridotto l'acquisto di prodotti tester. L'idea è innovativa in quanto non ci sono applicazioni simili nelle profumerie.**

**Punti di Debolezza**

Uso limitato a poche persone se la profumeria non ha abbastanza supporti tecnologici. L'idea non è protetta e può essere facilmente copiata. I competitor sono pochi e i costi iniziali potrebbero essere alti. La cliente potrebbe voler vedere l'effetto del trucco dal vivo e non tramite dispositivo elettronico. Spesso non ci si sofferma nella profumeria ma si è di passaggio.

**Opportunità**

**Uso di tecnologie in espansione. Assenza di competitor. Si può affiancare all'applicazione un servizio di assistenza. Il prodotto può essere venduto sia alle aziende che alle clienti finali.**

**Minacce**

**Crisi economica. Competitor con brand forti potrebbero minacciare lo sviluppo del prodotto. Se il prodotto non viene venduto rischiano di esserci più costi che guadagni.**

Punti salienti emersi dallo SWOT dei singoli blocchi:

Dall'analisi dello swot è emerso che l'idea ha buone possibilità di successo nel mercato in quanto permetterebbe alle aziende di ridurre i costi derivati dall'acquisto di materiali. Anche in questo caso l'idea è innovativa e non ci sono molti competitor. Si hanno però molte debolezze. Oltre al fatto che l'idea potrebbe essere facilmente copiata, in quanto non è tutelata, si aggiungono difficoltà di sviluppo del prodotto nel commercio. L'idea è buona ma potrebbe non essere molto interessante per le aziende in quanto, spesso, la cliente preferisce provare su di sé il prodotto piuttosto che provarlo virtualmente. La spesa dell'acquisto del prodotto potrebbe risultare elevata. Ci sono comunque molte opportunità per lo sviluppo dell'idea che comprendono l'utilizzo di tecnologie in rapida diffusione, la possibilità di ottenere introiti anche dopo aver venduto il prodotto e la possibilità di vendere il prodotto a due segmenti di mercato differenti. Nonostante queste opportunità i punti di debolezza tendono a sovrastare l'aspetto positivo dello sviluppo di questo prodotto. Inoltre sussistono alcune minacce date dal periodo storico, da forti competitor e da un problema economico. Concludendo si ritiene che l'idea non sia fallimentare ma di difficile diffusione.

Partner Chiave	Attività Chiave	Value Proposition	Customer Relationship	Segmenti Clienti
<p>Alleanze strategiche (si tratterebbe di fornire un servizio aggiuntivo ad una serie di servizi già esistenti; si necessiterebbe dunque di partnerships con tutte le piattaforme già esistenti ed idonee ad ospitare questo tipo di servizio, come Facebook, Google+, Twitter, ForumFree, Foursquare...)</p>	<p>Platform network (promozione e mantenimento della piattaforma, eventuale rilascio di nuovi contenuti in maniera periodica)</p>	<p>Novità (esistono già servizi di creazione degli avatar, ma nessuno che permetta una così vasta sincronizzazione)</p> <p>Personalizzazione (si mira ad ottenere una grande possibilità di customizzazione dell'avatar)</p> <p>Usabilità (ottenuta tramite tecnologie touch)</p>	<p>Self Service (il software verrebbe reso semplice da usare, non necessiterebbe di alcun tipo di assistenza)</p> <p>Comunità (già presente per tutte le applicazioni negli App Store)</p>	<p>Mass Market (il software si proporrebbe come usabile da tutti, necessiterebbe solo di un dispositivo touch).</p>
Struttura Costi	Risorse Chiave	Flu\$si Ricavi	Canali	
<p>Costi fissi (dovuti all'acquisizione delle strutture basilari tra cui server, sviluppo dell'applicazione, ecc..., oltre che al mantenimento delle risorse umane coinvolte nel mantenimento e continuo rilascio)</p>	<p>Risorse intellettuali (per la creazione del software)</p> <p>Risorse fisiche (necessario un server per ospitare i dati di tutti gli avatar)</p>	<p>Vendita dell'applicazione, oppure applicazione gratuita con l'aggiunta di una corrispondente "premium" con un maggior numero di contenuti.</p>	<p>App store (sia iPhone sia Android)</p> <p>Internet</p> <p>Tutte le piattaforme che adottano la tecnologia</p> <p>Passaparola</p>	

Nome Idea

Global Avatar



SWOT Generale dell'idea:

**GLOBAL AVATAR****Punti di Forza**

Mercato ampio. L'ampia correlazione con i social network e la dinamicità dell'applicazione sono aspetti innovativi.

**Punti di Debolezza**

Difficili guadagni in quanto l'applicazione non può essere venduta ad un prezzo alto. L'idea non è abbastanza protetta e quindi facilmente copiabile. Altri competitor hanno parzialmente sviluppato l'idea.

**Opportunità**

Utilizzo di tecnologie in espansione. Interazione con i social network.

**Minacce**

Molti competitor con brand forti. Il mercato può essere facilmente saturato.

Punti salienti emersi dallo SWOT dei singoli blocchi:

Dallo swot è emerso che non ci sono molti punti di forza dell'idea, se non il fatto che l'applicazione può essere dinamica e la sua forte interazione con i social network. Scarseggiano anche le opportunità in quanto ci sono già competitor forti nel mercato. Le opportunità di spicco si vedono nell'utilizzo di tecnologie in espansione e nell'interazione con i social network. Si hanno alcune debolezze, anche se non troppe. La debolezza più importante è rappresentata dal fatto che l'applicazione, essendo destinata ad un ampio mercato, non può essere venduta ad un costo alto, abbassando di conseguenza le possibilità di guadagno. Infine lo swot ha rilevato che non ci sono molte minacce, anche se quelle che sono presenti sono particolarmente incisive. Il mercato potrebbe essere saturato facilmente, essendo le applicazioni che permettono di sviluppare avatar già esistenti. Inoltre un social network potrebbe decidere di implementare l'applicazione e si entrerebbe quindi in competizione con forti brand. Concludendo, punti di forza e opportunità sembrano essere carenti. Anche se non si hanno molte debolezze o minacce non si hanno abbastanza aspetti positivi per far pensare ad un ampio successo dell'applicazione.



## Business Model Definitivo

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

Nome: **Care Your Hair**

---

Descrizione:

L'idea che abbiamo scelto di realizzare riguarda un'applicazione per tablet rivolta ai parrucchieri che permetta alle clienti del negozio di impiegare l'attesa divertendosi e provando un prodotto davvero innovativo. Infatti le funzionalità offerte dall'applicazione, sebbene non rappresentino un'assoluta novità, possono aiutare la cliente a scegliere e provare virtualmente il taglio di capelli prima di effettuarlo. L'applicazione è davvero di utilità anche per la parruccheria stessa in quanto l'applicazione conterrà un database con tutti i tagli e gli stili di acconciature propri di quel salone. Come precedentemente accennato, vi sarà una vasta scelta di stili, acconciature e tagli femminili che le clienti possono applicare o ad un modello di base oppure, qualora lo desiderassero, ad una propria foto scattata al momento. Sarà molto semplice per gli utenti applicare uno degli stili desiderati grazie agli appositi sistemi di ridimensionamento particolarmente versatili e usabili che permetteranno anche di modificare la grandezza, la lunghezza e la larghezza desiderati oltre che ad adattarlo correttamente alla foto stessa. Inoltre, sarà anche possibile scegliere la tinta che si vuole eventualmente applicare al taglio tra quelle messe a disposizione dalla parruccheria stessa. Dopo aver scelto, applicato e modificato ad-hoc uno dei tagli sarà possibile condividere il risultato sui social network preferiti quali Facebook, Google+ o Twitter in modo da ricevere in tempo reale feedback dai propri amici; si potranno infatti condividere screenshots dell'acconciatura da diverse angolazioni. La possibilità di condividere i risultati online è molto importante secondo gli ultimi trend visto l'enorme successo e importanza che questi ultimi hanno nella vita delle persone; così facendo infatti si permette di riportare in una dimensione "conosciuta" l'utente e si ottiene inoltre l'effetto di pubblicizzare sia l'applicazione sia la parruccheria stessa, che ne trae beneficio tramite una sorta di passaparola virtuale. Un'altra funzionalità offerta dall'applicazione permette alle clienti che hanno particolari esigenze per i propri capelli di ricevere dei consigli al riguardo basati sul particolare tipo di taglio che hanno scelto e sui prodotti in vendita dal salone stesso. A fianco ad ogni prodotto mostrato sarà presente una descrizione dettagliata dell'azione che svolge sul capello e sulle problematiche che questo va a risolvere. Questa particolare sezione dell'applicazione, oltre ad essere la vera caratteristica in grado di distinguerla dalle altre simili presenti in commercio, permette di intrattenere le clienti anche durante il taglio stesso e garantisce nel contempo al salone maggiori guadagni grazie alla possibilità di pubblicizzare maggiormente i prodotti.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

<b>Partner Chiave</b> Fornitori di tablet (per ricevere vantaggi sull'acquisto dei dispositivi). Case di produzione di prodotti di qualità per capelli (alleanza strategica al fine di ricevere pubblicità per l'applicazione diretta a saloni in grado di sostenere questo investimento e con guadagno da parte dei partner di possibili incrementi di vendite dei prodotti).	<b>Attività Chiave</b> Produzione: progettazione, realizzazione, consegna, relazione con social network.	<b>Value Proposition</b> Novità: un'applicazione come questa per le parrucchiere non si trova al momento in commercio. Personalizzazione: il prodotto deve essere personalizzato, ogni parrucchiere deve inserire i propri prodotti che vengono venduti. Brand/status: la partnership con case di prodotti molto rinomate nell'ambito della cura del capello permette al software di rappresentare a sua volta un livello di qualità di quel salone superiore ai concorrenti.	<b>Risorse Chiave</b> Intellettuali (verrà posto un copyright sull'applicazione).	<b>Customer Relationship</b> Assistenza personale, necessaria per adattare il contenuto del software sulle esigenze del salone (il prodotto viene venduto tramite rappresentante).  <b>Canali</b> - Riviste specializzate. - Radio. - Domicilio (si può promuovere il prodotto al salone). - Web. - Tramite le case di prodotti che promuovono l'applicazione e generano awareness	<b>Segmenti Clienti</b> Parrucchiere di qualità, che acquisteranno direttamente il prodotto; Clienti delle parrucchiere stesse, che utilizzeranno l'applicazione.
<b>Struttura Costi</b> Costi fissi (per la realizzazione del software). Costi variabili (costi dei tablet). Economia di scala (vantaggi dati dalla relazione coi produttori di tablet).	<b>Flu\$Si Ricavi</b> Pagamento una tantum all'acquisto del software. Pagamento alla richiesta di modifica del contenuto (aggiunta/rimozione di nuovi prodotti).				

Idea Definitiva: **Care Your Hair**



## 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?

Abbiamo deciso di puntare i cambiamenti realizzati in quest'ultima fase soprattutto verso la soluzione delle debolezze e delle minacce. L'idea più semplice e conosciuta che abbiamo elaborato consiste nel cercare una serie di Key Partnerships nell'ambito di famose case di prodotti per la cura dei capelli a livello professionale, le stesse case che a loro volta vendono i prodotti ai saloni. L'obiettivo che vogliamo raggiungere con questa strategia è quello di garantire un certo livello di pubblicizzazione dell'applicazione in quanto le case stesse, promozionandone l'utilizzo, aumenterebbero le loro vendite di prodotti. Per questo motivo si è inoltre deciso di cambiare leggermente il Customer Segment rivolgendoci ora verso un insieme più ristretto e di qualità di parrucchierie in quanto sono quelle che più facilmente possono affrontare il costo del tablet e dell'applicazione; le partnership pertanto andranno anch'esse ricercate verso un settore di prodotti per capelli value-driven, come ad esempio Aveda, Nexxus, Wella, Tigi. Questo sistema ci garantirebbe inoltre una certa "protezione" dal problema della facilità con cui altre aziende potrebbero copiare l'idea: il fatto di venire pubblicizzati da case di prodotti già affermate e di elevato livello ci assicurerebbe infatti visibilità e protezione grazie al loro brand, che a lungo tempo porterebbe ad un livello di notorietà dell'applicazione difficilmente riproducibile da altre startup che vorrebbero sfruttare la stessa idea.

---

---

---

## Note, Conclusioni e Commenti

In generale si ritiene ora che l'idea sviluppata originariamente, oltre ad essere l'unica che ha generato sufficienti aspetti positivi nell'analisi di SWOT, è stata sufficientemente ponderata e, dove serviva, corretta; si vuole sottolineare inoltre che si è deciso di mantenere l'idea originale principalmente non per eccessivo attaccamento, ma perchè nessuna idea nata durante la sessione di brainstorming ha suscitato abbastanza interesse (basti pensare al riguardo che, per quanto riguarda le sessioni di "kill&thrill" di ogni idea, la maggior parte hanno avuto più commenti nella parte di "kill" che in quella di "thrill"). L'idea originale invece ha mantenuto sopra tutte sufficienti lati positivi da essere accettata all'unanimità dal gruppo.

---

---

---

---

---

---