

PRESENTAZIONE

Service Science project
a.a. 2018/2019

L'OBIETTIVO

CALARCI NEI PANNI DI UN TEAM DI IMPRENDITORI CON UN'IDEA. PROVARE A SVILUPPARE QUINDI UN MODELLO DI BUSINESS «SOSTENIBILE», TENTANDO DI OPERARE NEL MEDESIMO MODO IN CUI OPEREREBBE UNA STATRUP CHE HA ADOTTATO IL METODO **LEAN**.



L'IDEA

UNA APPLICAZIONE CHE FACCIA UN MATCH TRA **ANNUNCI IMMOBILIARI** E DATI RIGUARDANTI SERVIZI TERRITORIALI PER FORNIRE OFFERTE MIRATE CHE PUNTINO ALLA RICERCA DELLA «CASA DI PROPRI SOGNI».

L'APPLICAZIONE DEVE PERMETTERE INOLTRE DI CERCARE GLI ANNUNCI IN BASE A UNO O PIU' LUOGHI DI INTERESSE.

IL SIDE-EFFECT DEL PRODOTTO E' LA SUCCESSIVA CONSULENZA A IMPRESE COSTRUTTRICI E AGENZIE DI CONSULENZA CHE POSSONO BENEFICIARE DELL'ANALISI DEI DATI DEGLI UTENTI DELLA APPLICAZIONE.



Gli annunci immobiliari vengono all'inizio generati tramite scraping del web, ma si è ipotizzata la futura collaborazione con agenzie e persone tramite la possibilità di inserire direttamente dall'applicazione gli annunci così da risolvere anche eventuali problematiche di formato derivanti dallo scraping.



OUTPUT GENERATI



- SLIDE DI PRESENTAZIONE DEL PROGETTO



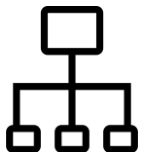
- BUSINESS MODEL CANVAS



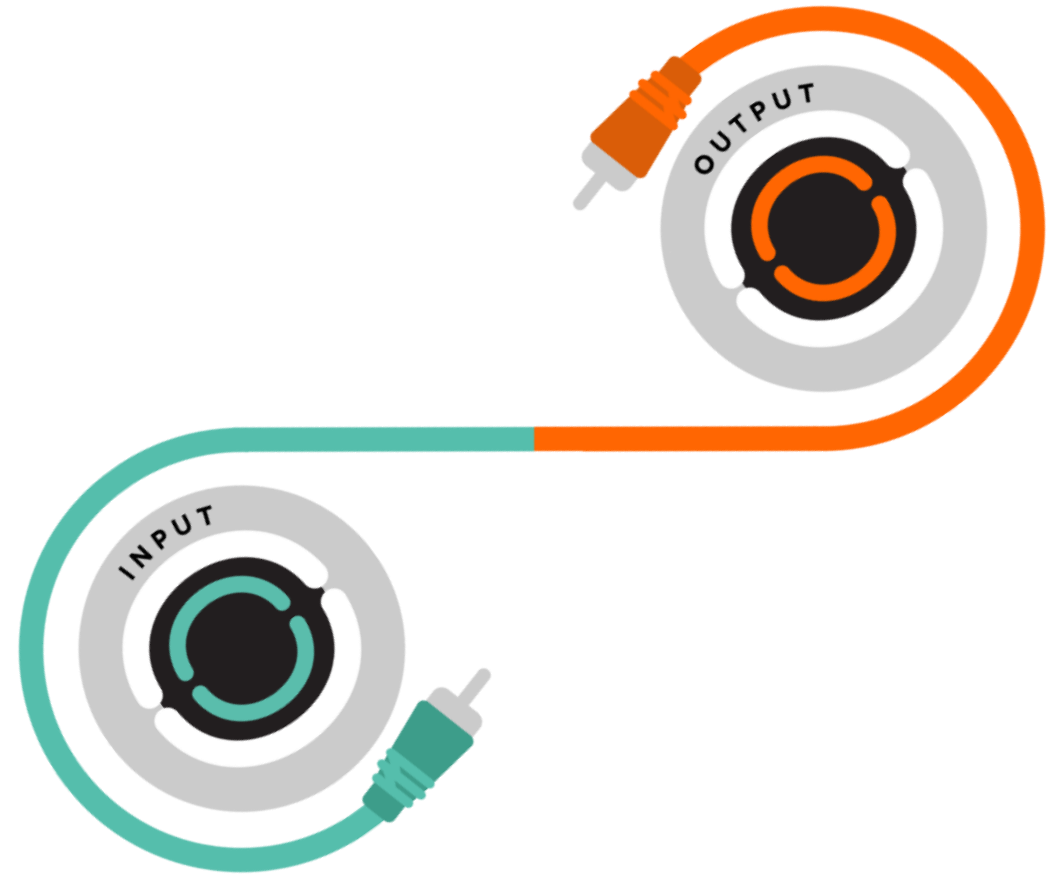
- PITCH DECK



- **MVP** (MINIMUM VIABLE PRODUCT)



- TREEMAP DELL'**MVP** (APPLICAZIONE)



BUSINESS MODEL CANVAS

The Business Model Canvas		Teame: STEFANO ROLA; FEDERICO VIOTTI		Date: 01/25/2019	
Key Partners <ul style="list-style-type: none">GoogleOpen Data (PA)Agenzie immobiliari e Iprese costruttrici	Key Activities <ul style="list-style-type: none">integrazione OpenData e informazioni degli immobiliintegrazione google maps e informazioni sugli immobilimonitoring comportamento utentiscraping annunci	Value Proposition <ul style="list-style-type: none">comprare un immobile sulla base della distanza da luoghi di interessescegliere dove vivere sulla base del grado di presenza dei serviziguidare le scelte di imprese e agenzie con informazioni sul comportamento degli utenti	Customer Relationships <ul style="list-style-type: none">Collegamento ai clienti tramite applicazioneConsulenza "su misura" a imprese e agenzie	Customer Segments <ul style="list-style-type: none">Chiunque cerchi un immobile da acquistare o affittareImprese edili e Agenzie immobiliari	
	Key Resources <ul style="list-style-type: none">Annunci immobiliariutenti (per fornire consulenza)Open DataAPI google		Channels <ul style="list-style-type: none">APPLICAZIONE (download da app store)CONSULENZA (porta a porta all'inizio e successivamente con sito che fornisce dashboard)		
Cost Structure <ul style="list-style-type: none">Creazione dell'AppMonitoring e analytis dati degli utentiGestione/Manutenzione App			Revenue Streams <ul style="list-style-type: none">CONSULENZAPUBBLICITA'		

PITCH DECK

TUTTE LE STARTUP, AD UN CERTO PUNTO DELLA LORO VITA, CERCANO INVESTIMENTI PER VARIE MOTIVAZIONI. UNO DEI METODI PIU' USATI E' UNA BREVE PRESENTAZIONE (POCHI MINUTI) ACCOMPAGNATA DA POCHE SLIDE CHE FACCIA IL PUNTO DELLA SITUAZIONE AZIENDALE E MOSTRI GLI OBIETTIVI FUTURI, RAGGIUNGIBILI GRAZIE AGLI INVESTIMENTI CHE SI STANNO RICERCANDO.

SI E' VOLUTO DUNQUE CREARE UN PITCH DECK PERCHE' E' STATO RITENUTO UN DOCUMENTO FONDAMENTALE PER UNA STARTUP E PERCHE' BEN SPENDIBILE AI FINI DI UNA SIMULAZIONE DI UN PITCH ELEVATOR DURANTE L'ESAME.

NATURALMENTE, NON ESSENDO IL PROGETTO UNA VERA E PROPRIA STARTUP, NEL PITCH DECK MANCANO QUELLE PARTI, ANCH'ESSE FONDAMENTALI, CHE RIGUARDANO LA PARTE FINANZIARIA E DI MERCATO.



LINK A PITCH DECK DI
AZIENDE FAMOSE

PITCH DECK



ESISTONO DIVERSE POSSIBILITA' DI DECK
MA LE AZIENDE PIU' FAMOSE E DI
SUCCESSO HANNO COMUNQUE
UTILIZZATO TUTTE UNA «SCALETTA» PIU'
O MENO IDENTICA. IL PITCH PRODOTTO
NON CONTIENE LE PARTI SBARRATE IN
ROSSO.

**Il prodotto viene mostrato
nell'MVP che è stato
costruito**

PITCH DECK – analytics

Come l'idea di startup sviluppata riguarda la Data Science e, più precisamente, la data analysis?

SICURAMENTE, L'IDEA DI FORNIRE ANNUNCI IMMOBILIARI SULLA BASE DEI SERVIZI PRESENTI SUL TERRITORIO RICHIEDE CHE SI FACCI UN MATCH TRA L'INFORMAZIONE GEOGRAFICA DEGLI ANNUNCI DA UN LATO E L'INFORMAZIONE RIGUARDANTE I SERVIZI DALL'ALTRO, INFORMAZIONE, QUEST'ULTIMA CHE NECESSITA DI ESSERE ESTRATTA DA BASI DATI E/O DATASET E OPPORTUNAMENTE RIDOTTA MEDIANTE TECNICHE STATISTICHE A INFORMAZIONE VISIVA (DASHBOARD) CHE NE INDICHI LE QUALITA' (PIU' O MENO PRESENTE SUL TERRITORIO).

E' FONDAMENTALE IN QUESTO PASSAGGIO L'UTILIZZO DEGLI OPEN DATA, CHE PERMETTONO DI TROVARE LE INFORMAZIONI RIGUARDANTI I SERVIZI. NON A CASO LE PUBBLICHE AMMINISTRAZIONI SONO STATE INSERITE NEL BMC COME PARTNER CHIAVE.

UN'ALTRA PARTE IMPORTANTE RIGUARDANTE GLI ANALYTICS E' LA FEATURE CHE PERMETTE DI CERCARE UN IMMOBILE IN BASE A UNO O PIU' LUOGHI DI INTERESSE. IN QUESTO CASO TRAMITE L'API FORNITE DA GOOGLE E' NECESSARIO GENERARE UN ALGORITMO CHE, DATA LA SCELTA DEL MEZZO DI TRASPORTO E DEL TEMPO NECESSARIO AL TRAGITTO, RIESCA A TROVARE IMMOBILI CHE SODDISFINO I REQUISITI SCELTI DALL'UTENTE. SI TRATTA DUNQUE DI RISOLVERE UN PROBLEMA DI OTTIMIZZAZIONE IN CUI LE VARIABILI DI TEMPO E MEZZO DI TRASPORTO SONO VINCOLATE DALL'UTENTE E DAL SISTEMA DI TRASPORTO PUBBLICO/TRAFFICO.

LINK DI ESEMPIO A DATASET RIGUARDANTE SERVIZI DI CUI POTREBBERO SERVIRSI GLI UTENTI PER CERCARE IMMOBILI. LA RICERCA E' STATA VOLUTAMENTE LIMITATA AL COMUNE DI MILANO O ALLA REGIONE LOMBARDIA.

[Vicinanza ospedali](#)

[Vicinanza parchi](#)

[Classificazione energetica edifici](#)

[Vicinanza farmacie](#)

[Vicinanza centri sportivi](#)

[Qualità aria](#)

[Qualità acque](#)

PITCH DECK – analytics

UN'ALTRA PARTE DI ANALYTICS FONDAMENTALE E FORSE QUELLA CHE PIU' RAPPRESENTA IL COLLEGAMENTO CON LA DATA SCIENCE E' L'ATTIVITA' DI CONSULENZA VERSO IMPRESE E AGENZIE, CHE AVVIENE MEDIANTE UN PROCESSO DI MONITORING DEL COMPORTAMENTO DEGLI UTENTI SULLA PIATTAFORMA E IL CONSEGUENTE PROCESSO DI ANALISI DEI DATI RELATIVI ALLO SCOPO DI PRODURRE PREVISIONI CHE POSSANO AIUTARE A RISPONDERE ALLE SEGUENTI DOMANDE:

- DOVE I CLIENTI VOGLIONO COMPRARE IMMOBILI?
- QUALI SONO I SERVIZI CHE FANNO LA DIFFERENZA NELLA SCELTA DELL'IMMOBILE?
- QUALI SONO I QUARTIERI PIU'/MENO GETTONATI?
- ...

INOLTRE, COME SPECIFICATO NEL BMC, DOPO UN PRIMO PERIODO DI CONSULENZA «PORTA A PORTA» MEDIANTE QUELLO CHE POTREMMO DEFINIRE UN MVP CONSERGE, «SI DOVREBBE» CREARE UNA PIATTAFORMA AUTOMATICA DI ANALYTICS CHE PERMETTA AI CLIENTI DI ACCEDERE CON UN LOG IN E TROVARE DASHBOARD E RISULTATI DELLE RELATIVE ANALISI.



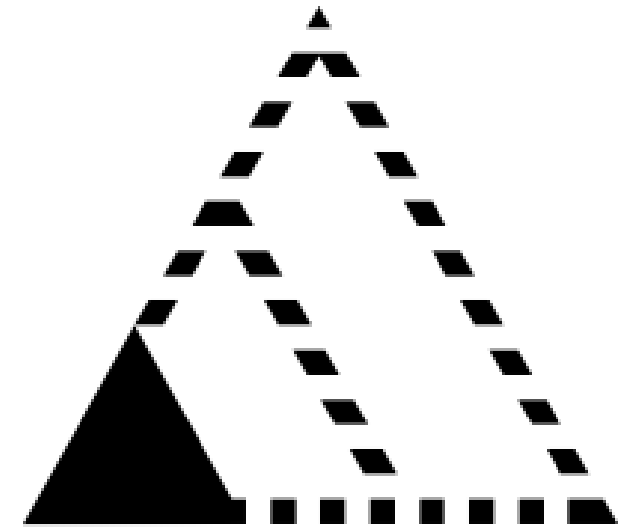
MVP

IL MVP E' UN OUTPUT FONDAMENTALE PER LE STARTUP. SI E VOLUTO QUINDI PROVARE A COSTRUIRNE UNO CHE POTESSE RISPONDERE AD ALCUNI ASSUNTI DELLA NOSTRA IPOTETICA STARTUP.

IN PARTICOLARE E' STATA CREATA UNA FINTA APPLICAZIONE IN POWER POINT CHE SIMULA L'UTILIZZO DELL'APPLICATIVO VERO E PROPRIO TRAMITE UNA SEQUENZA DI PAGINE COLLEGATE DA LINK.

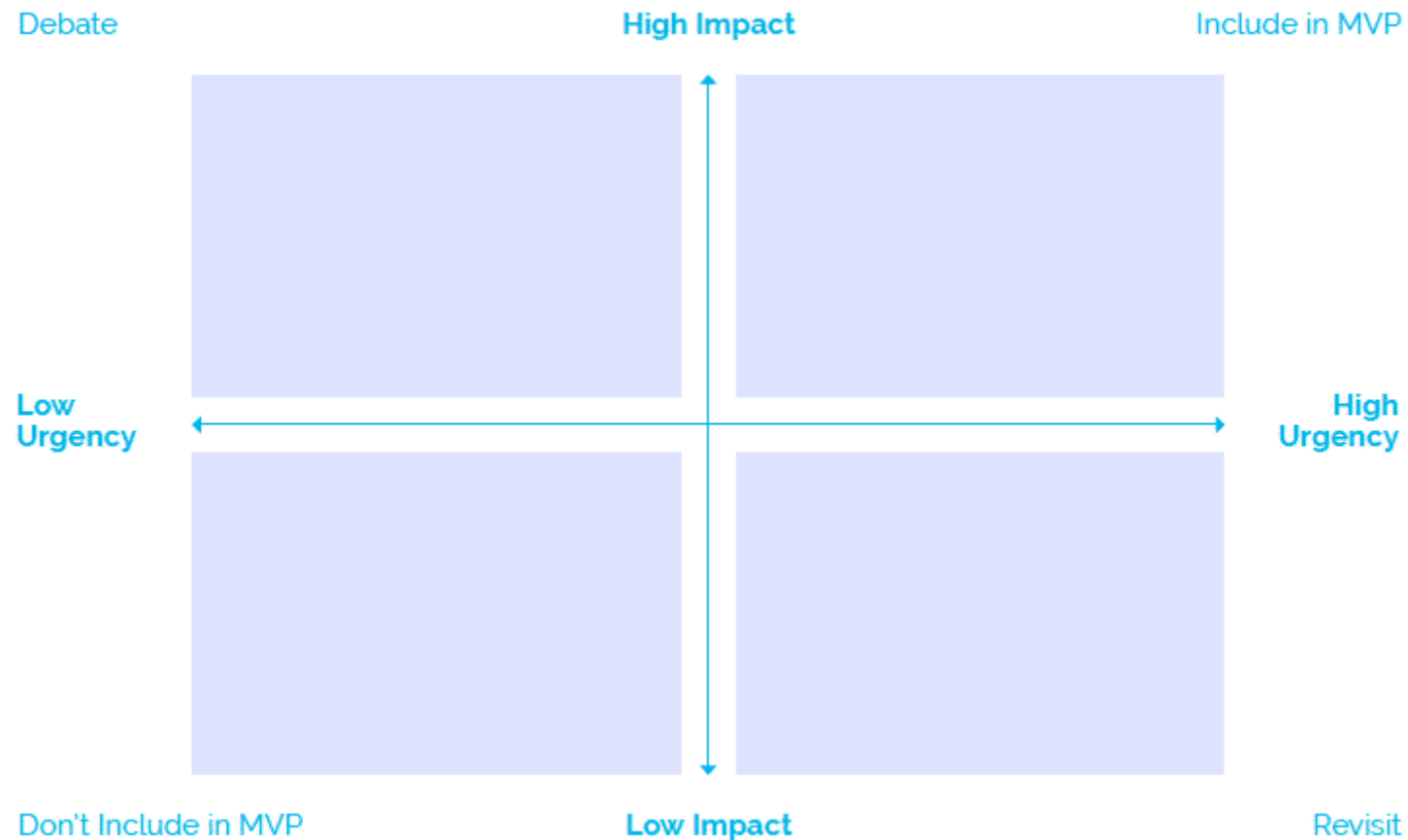
CIO' PERMETTE QUINDI DI TESTARE IL PRODOTTO PER QUANTO RIGUARDA L'INTERFACCIA GRAFICA E LA USABILITY (MA NON SOLO).

IL TEMPO RIDOTTO DI CREAZIONE, IL COSTO IN DENARO PARI A ZERO E LA FACILITA'/VELOCITA' CON CUI E' POSSIBILE EFFETTUARE MODIFICHE RENDONO QUESTA FINTA APPLICAZIONE UN MVP A TUTTI GLI EFFETTI,



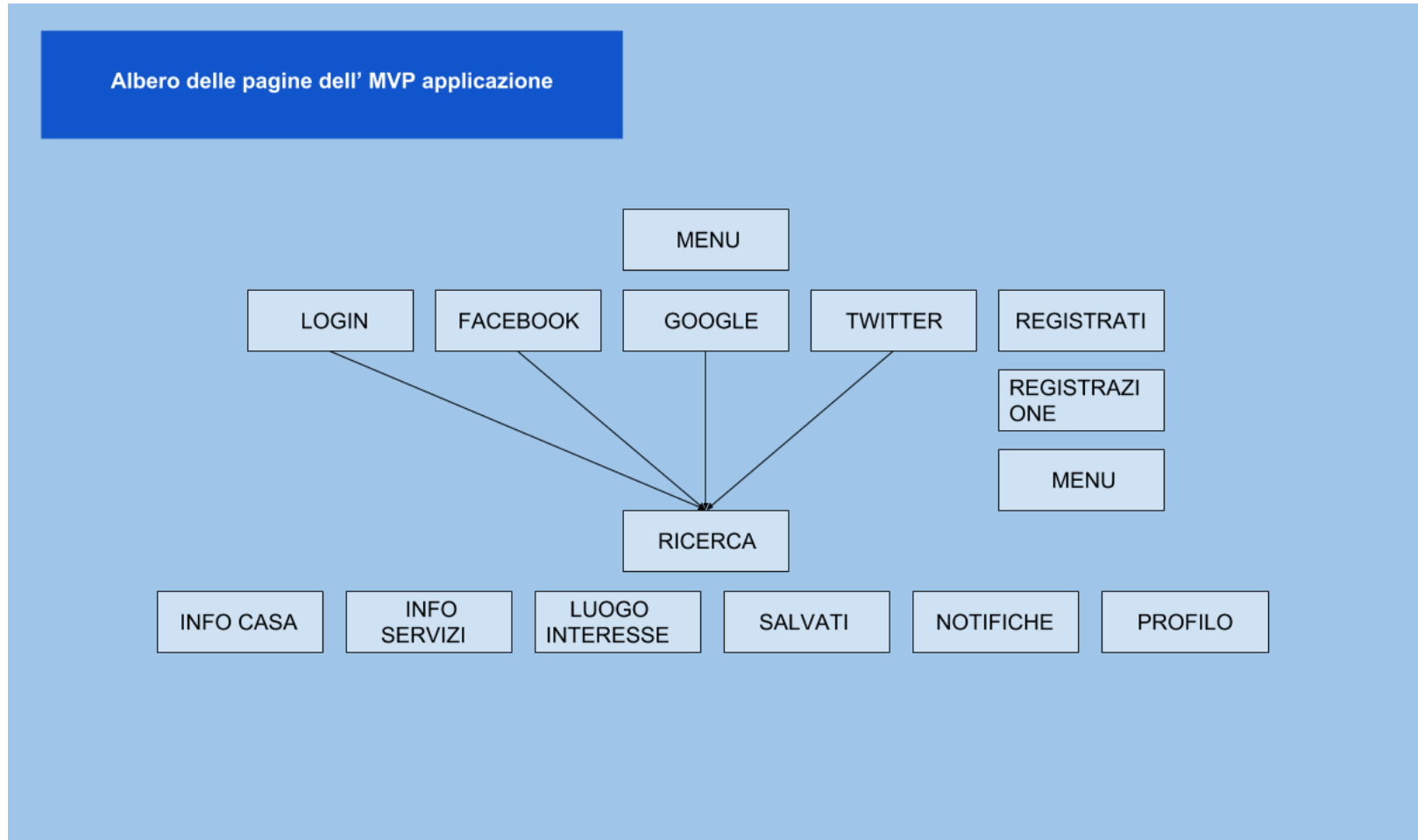
MVP – PRIORITIZATION MATRIX

DURANTE LO SVILUPPO DEL PROGETTO E' STATA TROVATA QUESTA MATRICE CHE ABBIAMO VOLUTO INSERIRE, RITENENDOLA UN INTERESSANTE GUIDA ALLA GENERAZIONE/MODIFICA DI MVPs. L'IMMAGINE HA UN LINK CHE PUNTA AL SITO DA CUI E' STATA PRESA.



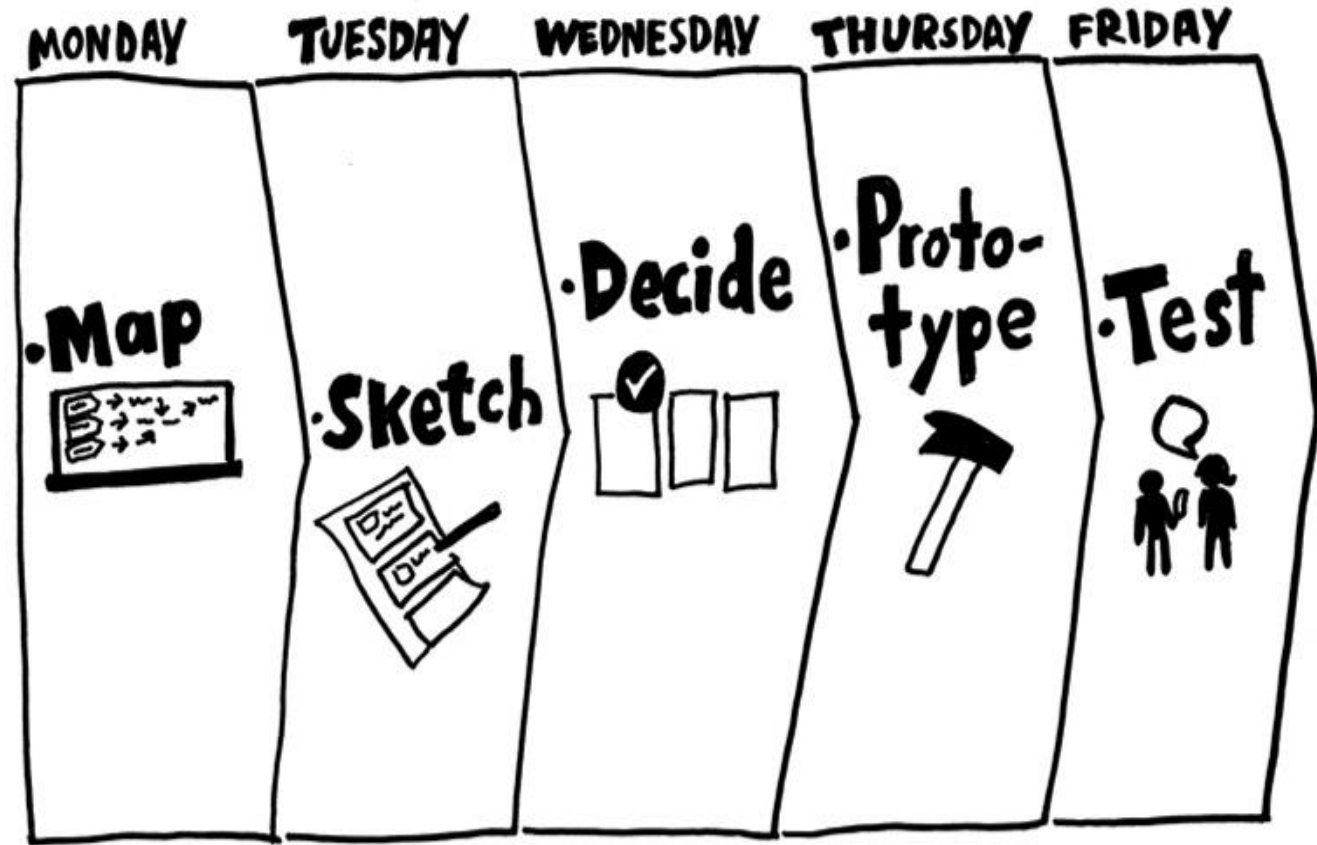
MVP - TREEMAP

IL MVP E' STATO ORGANIZZATO SECONDO UNA TREEMAP MOLTO SEMPLICE CHE NE DESCRIVE I COMPONENTI.



SPRINT PROJECT

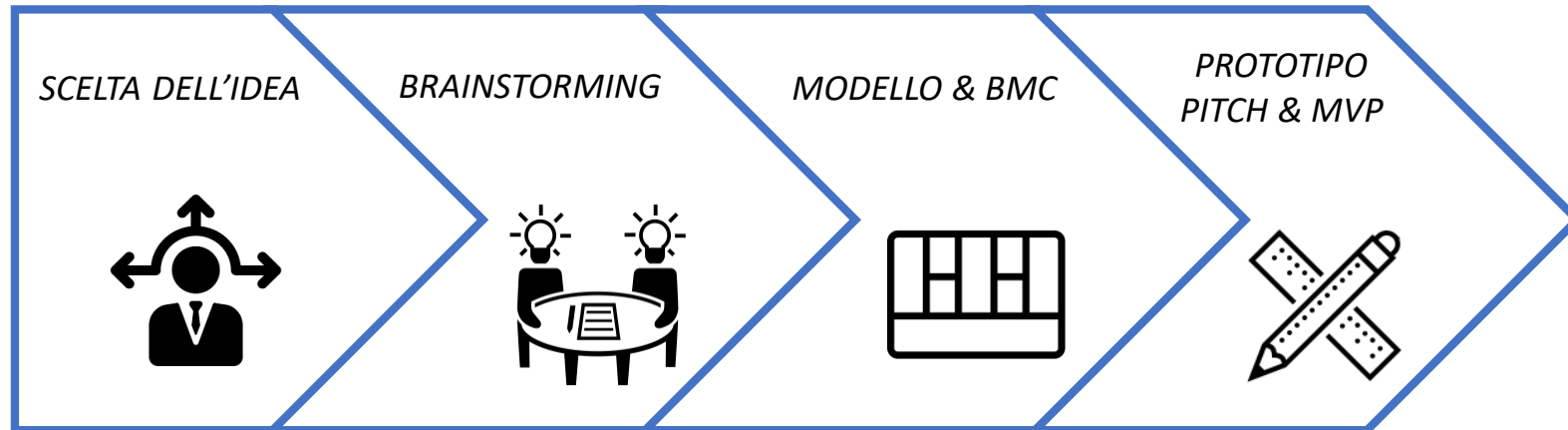
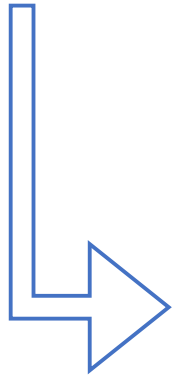
SPRINT APPROACH
DI JAKE KNAPP



SPRINT PROJECT

TEAM SPRINT PROJECT

PROPOSTE DI
PROGETTO



**ESAME
AKA TEST &
LEARN**

CONCLUSIONI

IN QUESTO PROGETTO SI SONO QUINDI PRODOTTI 3 DOCUMENTI PRINCIPALI (BMC, MVP, PITCH DECK) CON L'INTENTO DI RIPRODURRE L'OPERATO DI UNA STARTUP. POSSIBILI SVILUPPI FUTURI DEL PROGETTO POTREBBERO ESSERE:

- LA SIMULAZIONE DI UNO SCENARIO IN CUI SI E' DI FRONTE ALLA SCELTA TRA *PIVOT* E *PERSEVERE* CON LA CONSEGUENTE SCELTA E MODIFICA DEGLI OUTPUT, PRENDENDO UNA DELLE DIREZIONI ESPLICITE NELLA PARTE FINALE DEL PITCH;
- LA EFFETTIVA REALIZZAZIONE DI UN ALGORITMO DI SCRAPING DEGLI ANNUNCI IMMOBILIARI E LA REALIZZAZIONE DI UNA DEMO «EFFETTIVA» DELL' APPLICAZIONE, PROGETTANDO E ORGANIZZANDO IL LAVORO SEGUENDO E «TESTANDO» LA METODOLOGIA AGILE, IN PARTICOLARE IL *FRAMEWORK SCRUM*.

**GRAZIE PER
L'ATTENZIONE**