



# Business Model

## Questionario di analisi



Le seguenti domande hanno lo scopo di fare chiarezza sulla situazione presente della vostra azienda in termini di Modello di Business e di come tali processi di lavoro possano essere migliorati. Il presente questionario è utile per comprendere quale sia l'intervento migliore da proporre al vostro team, reparto o Business Unit.

### **Visione del futuro**

- Qual è la vostra Visione riguardo alle prestazioni e ai risultati dell'azienda?
- Come vorreste che fossero i processi, idealmente, in azienda?
- Quali processi o routine vi permetterebbero di raggiungere i vostri attuali obiettivi?
- Cosa volete raccontare della vostra azienda, tra cinque anni?

### **Questa parte del programma è utile se:**

- Il Modello di Business attuale non vi permette di guardare al futuro con obiettivi ambiziosi
- Il Modello di Business attuale scoraggia pianificazioni a lungo termine di evoluzione aziendale
- Il Modello di Business attuale permette di raggiungere solo obiettivi di crescita incrementale di basso livello

Nota: questa parte del programma deve essere seguita da un follow-up su piani d'azione specifici per i vostri team. Sconsigliamo l'utilizzo di questa parte indipendentemente.

Le seguenti domande hanno lo scopo di fare chiarezza sulle routine generali in azienda che vi supportano, o vi ostacolano, nel raggiungimento della vostra Visione al momento.

### **Processi del Modello di Business**

- Quali processi al momento sono eccellenti?
- Quali processi sono inefficienti?
- Quali processi devono essere modificati?
- Quali processi devono essere eliminati?
- Quali routine chiave non state mettendo in pratica al momento?
- Quali routine chiave si devono creare per raggiungere la Visione aziendale?
- Quali sono le routine "non scritte" ottimali?
- Quali sono le routine "non scritte" inefficaci?
- Come vengono motivate le persone?
- Quali sono i KPI della vostra azienda?

In questa parte del questionario prendiamo consapevolezza della Value Proposition

### **Modello di Business - la situazione presente**

#### **Value Proposition**

- Cosa offrite al cliente di particolare?
- Cosa vi rende unici e diversi?
- Quali problemi risolvete meglio di chiunque altro?
- Quali bisogni state soddisfacendo al momento?
- Quali gruppi di prodotti o servizi offrite ai clienti?
- Cosa sta funzionando nella vostra value proposition?
- Cosa non viene percepito dai clienti - quali obiezioni vi fanno?

In questa parte del questionario analizziamo in dettaglio come gestite i vostri partner e le opportunità del mercato

### **Gestione dei partner e delle opportunità**

- Come state gestendo i vostri partner e fornitori chiave?
- Quali attività chiave/risorse chiave vi forniscono i partner/fornitori?
- Quali processi avete in azienda per catturare opportunità sul mercato?
- Quali opportunità riuscite a catturare abitualmente?
- Come viene ricompensato l'utilizzo di una nuova opportunità di mercato?
- Come viene ricompensato il fallimento nei test di una nuova opportunità di mercato?
- Come sono motivate le vostre persone a ricercare indipendentemente opportunità di mercato?

In questa parte del questionario ci concentriamo sulle risorse chiave necessarie in azienda

### Risorse chiave

- Quali sono le risorse chiave che vi permettono di vincere sul mercato?
- Quale tipo di proprietà intellettuale vi permette di essere superiori ai concorrenti?
- Quali canali di distribuzione sono chiave?
- Quali flussi di ricavi sono fondamentali oggi?
- Quale tipo di relazione con i clienti vi differenzia sul mercato?
- Quali routine chiave avete sviluppato per mantenere aggiornate le vostre risorse chiave?
- Quali risorse chiave non danno più i risultati desiderati?
- Quali risorse chiave dovete acquisire per raggiungere la vostra Visione?

In questa parte del questionario ci concentriamo sulle routine per la gestione dei prodotti chiave

### **Clienti chiave - Customer service, customer experience, customer relations**

- Quali sono i clienti chiave per la vostra azienda?
- Quali clienti chiave non state servendo?
- Quali clienti devono essere invece eliminati perché non portano valore/voi non portate valore?
- Quali routine chiave avete per la gestione dei clienti?
- Quali sono le routine chiave per il customer service?
- Quali sono le routine chiave per la vostra customer experience?
- Quali sono le routine chiave delle relazioni con i clienti?

In questa parte del questionario ci concentriamo sulle routine per la gestione dei prodotti chiave

### **Prodotti chiave - innovazione, focus sui clienti**

- Quali sono i prodotti chiave per la vostra azienda?
- Quali sono i prodotti che hanno bisogno di una profonda innovazione?
- Quali prodotti devono essere eliminati?
- Come sono presentati i prodotti chiave?
- Quale valore danno i vostri prodotti chiave?
- Come vengono percepiti i prodotti chiave dai vostri clienti?
- Quali sono i flussi di vendita dei prodotti chiave?
- Quali prodotti chiave non state vendendo?



In questa parte del questionario ci concentriamo sulle routine per la gestione dei canali di vendita

### **Canali di vendita**

- Quali sono i canali di vendita chiave per la vostra azienda?
- Quali canali di vendita devono essere modificati/innovati?
- Quali canali di vendita devono essere eliminati?

In questa parte del questionario ci concentriamo sulle routine nella supply chain

### Supply chain

- Quali sono le routine chiave nella vostra supply chain?
- Quando create valore e quando non lo create al momento?
- Quali sono le inefficienze?
- Quali sono le routine eccellenti?
- Quali reparti hanno una funzione chiave?
- Quali reparti devono migliorare i processi di gestione della supply chain?
- Quali processi in azienda non stanno portando i risultati desiderati?

In questa parte del questionario ci concentriamo sulle routine nei flussi dei costi e dei ricavi

### **Costi e ricavi**

- Quali sono i costi della vostra azienda che supportano attività chiave?
- Quali costi devono essere eliminati?
- Come vengono gestiti i ricavi?
- Quali investimenti chiave vengono fatti per supportare la Visione aziendale?
- Quali sono le strategie di revenue stream chiave?
- Quali flussi di ricavi non sono sfruttati al momento?