


Business Model Canvas

Un approccio innovativo per rivedere il proprio modello di business e aumentarne l'impatto

 Presenziale / a distanza

Durata in presenza : 2 giorni (16 Ore)

Durata online : 2 giorni (13 Ore)

WebCode : 1.1.61

Open : 1.670,00 € +IVA

Packaged in azienda : 3.680,00 € +IVA +10% di Project Management (Quota riferita ad un gruppo di 10 pax max)

Customized : Su richiesta

Innovare è diventato ormai irrinunciabile per tutte le attività economiche. Tuttavia, non è più sufficiente rivolgere la propria attenzione verso i soli prodotti. Occorre piuttosto focalizzarsi sulla gestione complessiva dell'impresa e sui modelli aziendali, anche in rapporto all'ambiente esterno e al contesto concorrenziale. Il corso fornisce una precisa metodologia e un approccio pratico per creare e sviluppare modelli di business oltre che rivedere il modello della propria impresa. Inoltre, il corso aiuta nella gestione del processo di innovazione al fine di aumentare l'impatto in termini di fatturato e/o marginalità.

Obiettivi del corso

- Comprendere gli elementi chiave per aumentare il fatturato e/o i margini derivanti da nuovi prodotti o servizi
- Differenziarsi dalla concorrenza
- Acquisire un processo standard, testato e ripetibile
- Acquisire metodi e strumenti analitici dell'ambiente esterno ed interno
- Saper utilizzare e interpretare gli strumenti a supporto delle decisioni

A chi è rivolto

- Direttori d'Impresa
- Business Unit Manager (BU)
- Membri del Comitato di Gestione o Esecutivo
- Manager che abbiano bisogno di definire, perfezionare o rielaborare la strategia del proprio team o della propria azienda

Programma

Avviare la riflessione sull'importanza della strategia nelle società

- I ruoli di Leader e Comitato esecutivo
- Le leve di pensiero strategico: visione, missione, mindset e skill
- Le strategie del ciclo di vita aziendale

Analizzare e anticipare l'evoluzione dell'ambiente esterno

- Le forze potenziali che entrano in gioco
- Anticipare gli sviluppi macroeconomici
- Comprendere i propri clienti: il jobs - to get - done
- Il ciclo di vita del cliente, del mercato e il ciclo di vita del prodotto

Definire una proposta di valore dirompente e differenziante

- Creare nuovi spazi di mercato
- Creare offerte innovative e differenzianti

Le principali competenze di base dell'azienda

- Il modello di business di un'azienda come approccio strategico
- L'analisi del modello di business nei suoi 9 elementi chiave

Identificare le scelte strategiche dell'azienda

- SWOT Analysis e scelta delle priorità strategiche
- Identificare le priorità più rischiose e le principali aree di rischio
- Le strategie di crescita: valutazione del livello di prontezza degli investimenti

Esercitazioni

- Uso ed interpretazione del proprio modello di business
- L'analisi dell'ambiente esterno: una panoramica delle tendenze con un orizzonte temporale a 3 anni
- Casi ed esempi provenienti da diversi settori per comprendere meglio le proprietà di tutti gli strumenti

Date e sedi 2024

Milano

dal 13 mag al 14 mag

dal 3 ott al 4 ott

Roma

dal 4 nov al 5 nov

Online

dal 25 nov al 29 nov

dal 25 nov al 25 nov

dal 29 nov al 29 nov