

# VISUAL THINKING PER L'INDIVIDUAZIONE DI OPPORTUNITÀ DI BUSINESS

OER: VISUAL THINKING TO FIND BUSINESS OPPORTUNITIES

## Obiettivo e ambito di applicazione

Attraverso i principi e le tecniche del Visual Thinking è possibile mappare idee ed esplorare soluzioni. Lavorare in modo creativo con strumenti e metodologie di rappresentazione visiva aiuta i designer a visualizzare, esplorare, identificare e materializzare opportunità di business derivanti da innovazioni tessili ed oltre. La mappa dell'analisi di contesto ha l'obiettivo di portare informazioni, consapevolezza e conoscenza che consentono a un'organizzazione o a un gruppo di prendere decisioni in merito ad un'idea di business. Materializzare e implementare opportunità di business implica mettere in atto le idee attraverso un business plan. Il Business Model Canvas è uno strumento visivo che struttura le informazioni chiave da tenere in considerazione per descrivere, analizzare e progettare modelli di business.

## Quesito

**Sei in grado di comprendere il contesto che circonda la tua attività/idea?  
Conosci le fasi e gli attori necessari per farlo funzionare?**

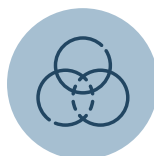
## Obiettivi formativi

- Capacità di comunicare ed esprimere visivamente idee di business con semplici schizzi e tratti di disegno.
- Organizzare riunioni utilizzando strumenti visivi, ad es. modelli e note adesive come metodo per affrontare le sfide aziendali e risolvere i problemi in modo creativo e strutturato.
- Apprendere metodi creativi e innovativi per immaginare nuove opportunità di business.
- Acquisire pensiero critico e capacità di problem solving attraverso le visualizzazioni.

## Categorie



**Business e marketing**



**Processo di design**

## Riferimenti

- Arnheim, R. (1969/1997): Visual Thinking. University of California Press.
- IDEO (2009). Human Centered Design: Toolkit & Human Centered Design: Field Guide. 2nd ed.

## Materiale di supporto

- Template della Mappa dell'Analisi di Contesto
- Template Canvas
- [OER](#)
- [Summary presentation](#)

## Attrezzatura

- Pennarelli neri e colorati con diversi spessori di linea.
- Fogli bianchi, a quadretti o album da disegno
- Modelli di disegno
- Note adesive, post-it, penne e pennarelli
- Pareti mobili o lavagne bianche dove attaccare ed esporre tutto il materiale
- Raccolta di documenti e materiale correlato all'analisi del contesto interno ed esterno (ad es. ritagli di notizie, foto di possibili clienti, report sulle ultime tendenze, siti Web dei competitor, statistiche di settore, normative, riviste di settore, ecc.)
- Un tablet (opzionale)

## A.

### MAPPA dell'ANALISI di CONTESTO

La ricerca di opportunità di business comincia dall'osservazione e la comprensione del contesto in cui opera l'azienda. La Mappa dell'Analisi di Contesto ci aiuta a studiare l'ambiente ed ad analizzarlo attraverso la visualizzazione e la mappatura dello spazio di design in cui si inserisce l'impresa, attraverso fattori chiave sia specifici che generali da tenere in considerazione.

#### Step 1. Visualizza la tua idea di business

Pensa ad un'idea imprenditoriale che sarà posizionata al centro del template. Se stai lavorando a un progetto per lo sviluppo di un'offerta innovativa nel tuo settore, questo sforzo può diventare un'opportunità di business. Se non hai ancora un'idea imprenditoriale, pensa alle ultime tendenze, alle sfide o a un problema che vorresti risolvere con tutto te stesso.

#### Step 2: Esplora il contesto generale

L'ambiente esterno si riferisce a forze e istituzioni al di fuori dell'organizzazione che potenzialmente influiscono sulle prestazioni e sul processo decisionale della stessa. Tali fattori sono: politico, ambientale, sociale, tecnologico, giuridico ed economico.

**Attività 1:** Scrivi su una nota adesiva: tendenze o aspetti ambientali ed ecologici come ad esempio quelli relativi alla capacità di fare affari in modo etico come azienda etica e sostenibile, alla carbon footprint, al cambiamento climatico o a qualsiasi restrizione e regolamentazione inerente alla protezione dell'ambiente che possa influenzare il tuo settore o avere un impatto sull'innovazione che intendi offrire.

**Attività 2:** Ripetendo la stessa procedura, continua con le tendenze demografiche della società. Le norme e le pressioni sociali sono fondamentali per determinare il comportamento dei consumatori. I fattori da considerare sono: Aspetti e percezioni culturali/ Coscienza sanitaria/ Tassi di crescita della popolazione/ Distribuzione per età/ Distribuzione del reddito. Valuta se l'analisi ti ha suscitato una nuova intuizione su chi considerare come potenziale cliente. Discutine con i tuoi coetanei.

**Attività 3:** Continua a mappare il contesto generale identificando le tendenze tecnologiche e le influenze internazionali nell'ambito dell'analisi dei fattori tecnologici. Questi fattori sono legati alle innovazioni e all'automazione del settore, includendo inoltre: Attività di ricerca e sviluppo/ Automazione/ Incentivi tecnologici/ Trasferimento tecnologico. Pensa ai fattori tecnologici come risorsa per l'innovazione e nuove opportunità di business.

**Attività 4:** Seguendo l'ordine del modello, analizza i fattori legali, i quali includono le forze dell'ordinamento che definiscono ciò che un'azienda può o non può fare, ad esempio: Regolamenti di settore/ Leggi regionali/ Licenze e permessi/ Proprietà intellettuale. Interpreta l'impatto delle leggi e dei regolamenti locali sull'innovazione che intendi offrire. In che modo incidono? Portando nuove opportunità o creando vincoli a nuove idee di business?

**Attività 5:** Valuta i fattori economici per individuare opportunità in grado di promuovere le idee di business.

Annota su foglietti adesivi i vari indicatori economici che possono generare dati tangibili. I fattori economici includono: tassi di crescita economica/tassi di interesse/tassi di cambio/ inflazione/tassi di disoccupazione. Valuta se la tua nuova idea di business può essere acquistata dai tuoi consumatori o potrebbe eventualmente cambiare i modelli di domanda/ offerta nell'economia. Queste informazioni influenzeranno anche il processo di determinazione del prezzo per nuovi prodotti e servizi.

**Attività 6:** I fattori politici a volte si intersecano con i fattori legali. Questi fattori sono legati al modo in cui le politiche e le azioni del governo influiscono sull'economia e sul business. Questi includono: Stabilità del governo/ Politica fiscale/ Restrizioni commerciali/ Tariffe/ Burocrazia. Analogamente ad altri fattori, valutare se ci sono politiche che possono avere un impatto negativo su qualsiasi operazione aziendale o lancio di nuove attività. Ora che l'analisi del contesto generale è stata completata, prenditi un momento e discuti il quadro generale con i tuoi colleghi.

#### Step 3: Valuta il contesto specifico in cui si inserisce la tua idea di business

L'analisi specifica di contesto aiuta a studiare come un'offerta di innovazione che esiste o potrebbe esistere si comporta nel mercato e tiene conto di elementi quali clienti, fornitori e concorrenti esistenti o potenziali.

**Attività 1:** Tenendo conto della tua idea imprenditoriale iniziale o offerta di innovazione, coinvolgi i membri del team per discutere e definire chi sono i potenziali clienti, utenti o committenti del settore. Annotalo su un foglietto adesivo e, se riesci, rappresentalo con un disegno. Chiediti quanto controllo hanno i clienti nel dettare i tipi di prodotti e servizi disponibili nel settore. Quanta influenza hanno i clienti sui prezzi o su altri attributi dell'offerta?

**Attività 2:** Analizza chi sono o chi potrebbero essere i tuoi concorrenti. C'è un altro imprenditore o azienda che propone la stessa o un'innovazione simile? Quanti concorrenti hai stimato? Visita i loro siti web e scopri come la loro innovazione viene presentata ai potenziali clienti. Visualizza le informazioni chiave sul modello.

**Attività 3:** Pensa a chi sono i fornitori chiave nel tuo settore. In che modo la tua idea di business ha o avrà bisogno dei loro servizi e della loro partnership strategica per essere offerta sul mercato? Quanto controllo hanno i fornitori nel determinare i tipi di prodotti e servizi che l'industria produce? Annota le tue deduzioni. Fai una panoramica generale sulla tua mappa di analisi del contesto.

Valuta la tua offerta di innovazione, se necessario riformula l'idea imprenditoriale iniziale, o pensa a quali sono le opportunità di business innovative a tua disposizione e il nuovo ruolo che vuoi svolgere in qualità di imprenditore o come organizzazione.



Meno di/ circa un'ora



Piccolo gruppo  
Plenaria



Definire

## B.

### MODELLO DI BUSINESS CANVAS

Materializzare e implementare opportunità di business implica mettere in atto le proprie idee attraverso un business plan. Al fine di semplificare questo processo, il Business Model Canvas è uno strumento visivo che struttura le informazioni chiave che dovrebbero essere prese in considerazione per descrivere, analizzare e progettare modelli di business.

Le 4 domande principali aiuteranno a collegare gli elementi costitutivi in modo da considerare contemporaneamente la tua proposta di valore, per chi stai progettando e preparando un progetto innovativo, come lo realizzerai e quale sarà il suo prezzo al fine di ottenere flussi in entrata e guadagni.

#### Passaggio 1: Segmentazione della clientela

Elenca i primi tre segmenti. Individua i segmenti che generano la maggior parte delle entrate. Per chi stai creando valore? Chi sono i tuoi clienti più importanti?

#### Passaggio 2: Proposta di valore

Che valore intendi offrire al cliente? Quali sono i tuoi prodotti e servizi? Che lavoro svolgi per il tuo cliente? Quale problematica è in grado di risolvere la tua idea di business o progetto innovativo? Quali esigenze dei clienti sei in grado di soddisfare?

#### Passaggio 3: Relazioni con i clienti

Come si manifesta e come mantieni la relazione con i tuoi clienti? In che modo sono integrati nel tuo modello di business?

#### Passaggio 4: Canali

Come comunichi con il tuo cliente? Come trasmetti il valore aggiunto che intendi offrire? Come sono integrati i tuoi canali?

Le fasi della costruzione dei canali:

- 1) La consapevolezza è correlata a come aumentare la conoscenza dei tuoi prodotti e servizi;
- 2) La valutazione rappresenta il modo in cui aiuti i clienti a

valutare la tua proposta di valore;

- 3) L'acquisto è il modo in cui i tuoi clienti vengono in possesso i tuoi prodotti;
- 4) La consegna è la modalità in cui viene trasmessa la tua proposta di valore
- 5) Il post vendita è il modo in cui fornisci assistenza una volta che i tuoi clienti hanno acquistato il prodotto-servizio.

#### Passaggio 5: Attività chiave

Pensa a cosa dovrai fare ogni giorno per gestire il tuo modello di business. Quali attività chiave richiede il tuo progetto? E i tuoi canali di distribuzione, le relazioni con i clienti e i flussi di entrate?

#### Passaggio 6: Risorse chiave

Elenca tutte le risorse necessarie per offrire e consegnare la tua proposta di valore. Elenca le persone, le conoscenze e il denaro di cui avrai bisogno per la tua attività. Includi, se necessario, risorse intellettuali, come brevetti di marchi, diritti d'autore e dati chiave.

#### Passaggio 7: Partner chiave

Elenca i partner senza i quali non puoi avviare l'attività. Alcune ragioni per attivare una partnership sono: 1) Ottimizzazione ed economia, 2) Riduzione del rischio e dell'incertezza e 3) Acquisizione di particolari risorse e attività

#### Passaggio 8: Struttura dei costi

Elenca i tuoi costi principali esaminando le attività e le risorse chiave.

#### Passaggio 9: Flussi di entrate

Indica i tre principali flussi di entrate. Tieni in considerazione anche eventuali attività gratuite. Per concludere, ricorda che l'obiettivo principale del canvas è aiutare le aziende e gli imprenditori ad andare oltre il pensiero incentrato sul prodotto e dirigersi verso il pensiero basato sul modello di business.



Meno di/ circa un'ora

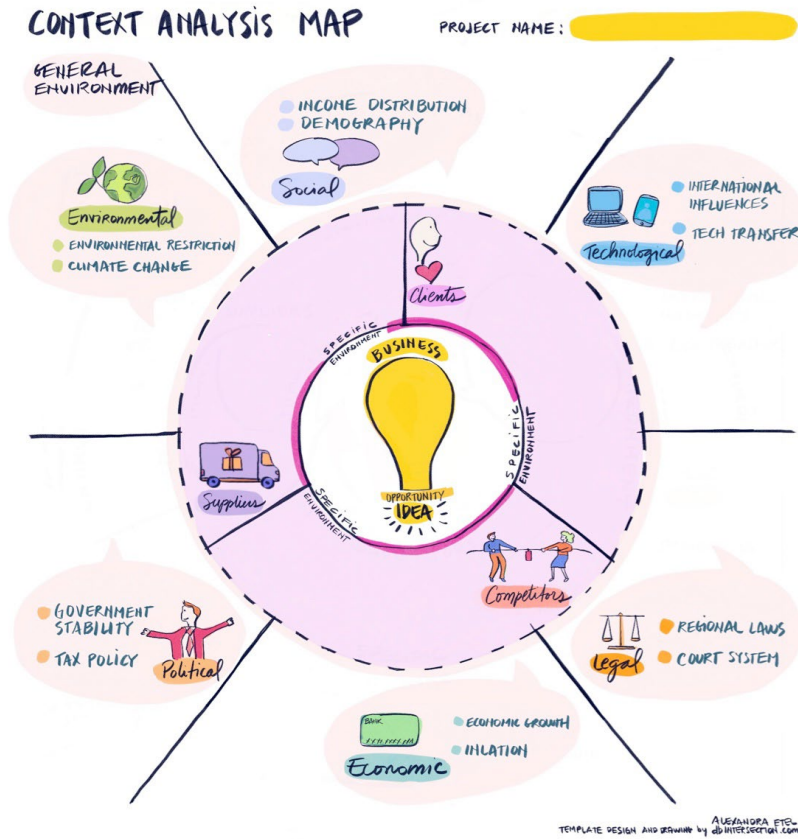


Piccolo gruppo  
Plenaria



Definire

# TEMPLATE: CONTEXT ANALYSIS MAP



# TEMPLATE: BUSINESS MODEL CANVAS

