

Allegato 3

POR FESR 2014-2020 Asse I – Azione 1.3.1

**Avviso a sostegno delle Startup Innovative 2021**

**SMARTup**

**LEAN CANVAS**

* **Obiettivi**. Questo documento si propone di descrivere il modello di business associato alle progettualità che saranno oggetto di agevolazione, attraverso l’utilizzo dello strumento dei Lean Canvas, alimentando e integrando, nella sua stessa natura di *living document*, l’articolazione del progetto descritta in dettaglio nella «Scheda tecnica» (cfr. Allegato 2 al Bando).
* **I Segmenti di Clientela**. Nell’analisi e rappresentazione del business model si proceduta con l’approfondimento dei principali segmenti di clientela, sviluppando Canvas per ciascuno di essi, qualora caratterizzati da distintive peculiarità di problemi, soluzioni, canali, entrate, costi, ecc. Laddove necessario, si dia rappresentazione della prospettiva dell'utente che beneficia, ma non paga per il servizio che utilizza, e per i clienti che, invece, ne sostengono i costi. Nel caso di mercato *multi-sided*, si presentino le differenti prospettive nella rappresentazione dei problemi e delle relative soluzioni.
* **Guida alla lettura del Canvas**. «*Aiuteremo queste persone (customer segments) a risolvere (problem) fornendo loro (solution). Verranno a conoscenza di noi attraverso (channels) e saranno convinti ad unirsi a noi perché (value proposition) e perché già (unfair advantage). Li addebiteremo per (revenue) e crediamo che questo coprirà i nostri (costs). Misureremo le nostre prestazioni monitorando (key metrics). Tutto dovrebbe fluire e avere un senso come se fosse una storia in cui tutto è collegato. In caso contrario, il Lean Canvas necessita di più lavoro*».

**I segmenti di clientela**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **CLIENTI** | **UTENTI** |
| **SINGLE-SIDE** | * + …

  | * + …
 |
| **MULTI-SIDED** | * + …
 | * + …
 |

**LEAN CANVAS**

* Single-Side/[1 x Any Other-Side]
* Prospettiva Clienti/[1 x Utenti]

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **PROBLEMS** | **SOLUTIONS** | **UNIQUE VALUE PROPOSITION** | **UNFAIR ADVANTAGE** | **CUSTOMER SEGMENTS** |
|  |  |  |  |  |
| **EXISTING ALTERNATIVES** | **KEY METRICS** | **HIGH-LEVEL CONCEPT** | **CHANNELS** | **EARLY ADOPTERS** |
|  |  |  |  |  |
| **COSTS** | **REVENUE STREAMS** |
|  |  |