

[Data]

# Inside Out Business model responsabile

Nome impresa



CONSULENTE

## Sommario

<b>Come lavoriamo .....</b>	<b>2</b>
<b>Approccio inside out.....</b>	<b>2</b>
<b>Il valore- La persona e l’impresa – Il circolo del successo (Robert Dilts) .....</b>	<b>2</b>
<b>Il valore dell’impresa- (prodotto servizio).....</b>	<b>2</b>
<b>Why- How - What IL cerchio d’oro (Simon Sinek).....</b>	<b>2</b>
<b>Dal valore al modello di impresa (Canvas) .....</b>	<b>2</b>
<b>Visione Missione Ambizione e Ruolo .....</b>	<b>4</b>
<i>Scopo: Per chi e per cosa (ambizione e visione).....</i>	<i>4</i>
<i>Identità: Chi (Ruolo e missione).....</i>	<i>4</i>
<i>Valori e convinzioni Perché’ (approvazioni ed ispirazioni).....</i>	<i>4</i>
<i>Capacità come ( Cognitive ed emotive).....</i>	<i>5</i>
<i>Comportamento cosa (Reazione e proazione).....</i>	<i>5</i>
<i>Ambiente dove quando (vincoli pericoli opportunità opzioni).....</i>	<i>5</i>
<b>Why What and How il tuo prodotto-servizio- (esperienza) .....</b>	<b>6</b>
<i>Why .....</i>	<i>6</i>
<i>What.....</i>	<i>6</i>
<i>How .....</i>	<i>6</i>
<b>Il Modello di business i 9 punti del Canvas.....</b>	<b>6</b>
1 <i>Valore offerto .....</i>	<i>6</i>
2 <i>Segmenti di Clientela.....</i>	<i>7</i>
3 <i>Relazioni con i Clienti.....</i>	<i>7</i>
4 <i>Canali.....</i>	<i>7</i>
5 <i>Attività.....</i>	<i>7</i>
6 <i>Risorse Chiave.....</i>	<i>7</i>
7 <i>Partner Chiave .....</i>	<i>7</i>

# Impresa: ragione sociale

## Soci: Nome

### Come lavoriamo

Approccio inside out

Il valore- La persona e l'impresa – Il circolo del successo (Robert Dilts)

Il valore dell'impresa- (prodotto servizio)

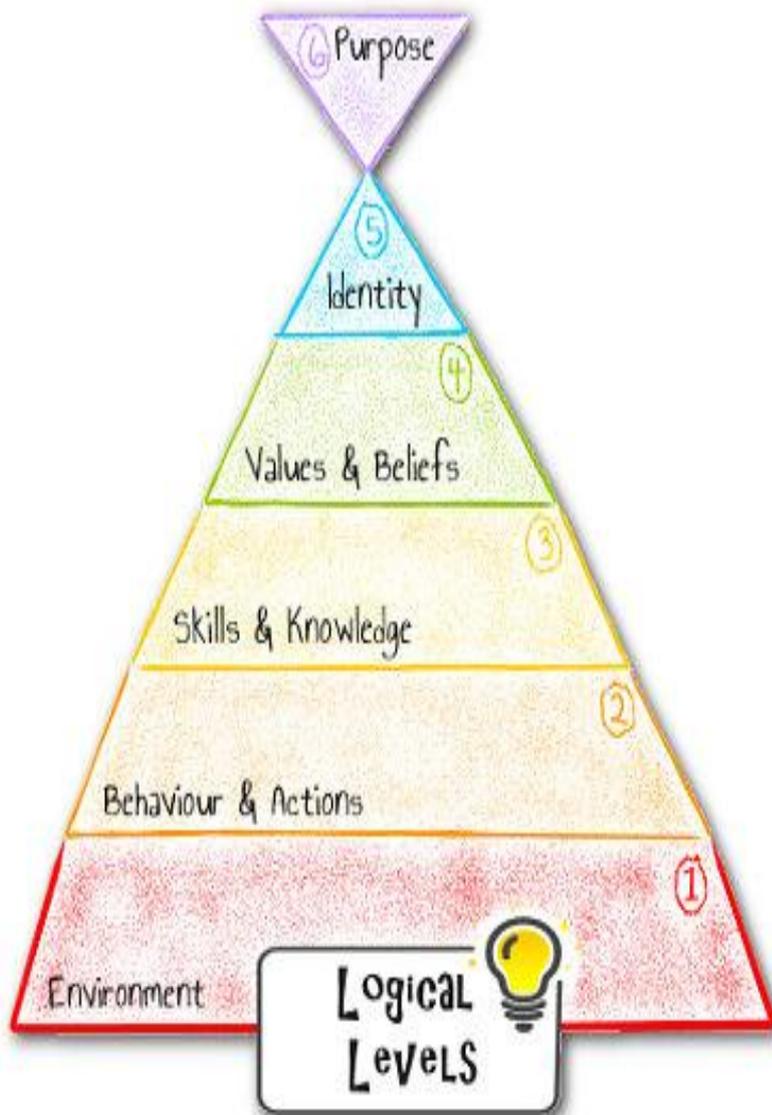
Why- How - What IL cerchio d'oro (Simon Sinek)

Dal valore al modello di impresa (Canvas)

Partiamo dai seguenti concetti

1. Lavoriamo con micro imprese -
2. Il turismo è un settore «valoriale» -
3. Il progetto si basa sul valore dell'identità e responsabilità nella gestione, nel marketing e nella promozione dell'impresa
4. Il primo obiettivo è sviluppare il potenziale valoriale oltre che imprenditoriale della persona

Il modello Valoriale:



**1 Fattori Ambientali:** opportunità e vincoli –conoscere ed individuare –

**2 Fattori Comportamentali:** le nostre azioni. Cosa faccio- sono reattivo e proattivo

**3 Capacità:** le capacità di fare strategie , come sono selezionate le mie azioni

**4 Convinzioni e valori :** il rafforzamento delle mie azioni, perché faccio un percorso, le motivazioni

## 5 Fattori identità Missione: la percezione del proprio ruolo, chi penso e voglio essere

## 6 Visione e Scopo: Visione del sistema

### Visione Missione Ambizione e Ruolo

Scopo: Per chi e per cosa (ambizione e visione)

*cosa /vi appassiona, (membri del CdA)*

*cosa vi appassiona del vostro lavoro e perché lo avete scelto*

*cosa portate o vorreste portare di questa passione nell'impresa (membri del CdA)*

*cosa vorresti che gli altri percepissero di questa passione*

*cosa c'è di unico in voi e perché qualcuno vi dovrebbe scegliere*

*chi può essere interessato alla vostra offerta e ne trae beneficio*

Identità: Chi (Ruolo e missione)

*quale è il contributo nel realizzare lo scopo- quale il vostro ruolo (membri del CdA)*

*nel settore – territorio come pensate di portare un contributo*

*caratteristiche e motivazioni delle persone che possono lavorare/interagire con la vostra cooperativa*

Valori e convinzioni Perché' (approvazioni ed ispirazioni)

*quali sono le vostre aspirazioni: cosa vorresti che diventasse la vostra impresa (membri del CdA)*

*cosa vi gratifica di questa visione*

Capacità come ( Cognitive ed emotive)

*le vostre forze e le vostre debolezze (membri del CdA)*

Comportamento cosa (Reazione e proazione)

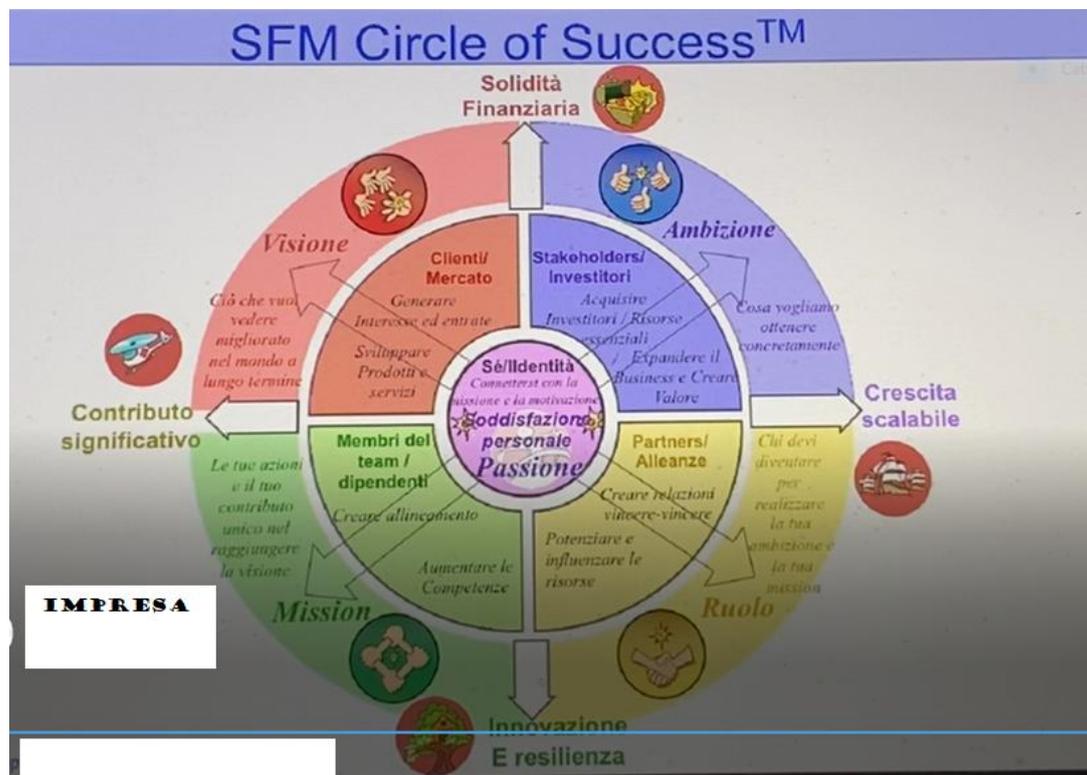
*capacità di rispondere in modo adeguato all'ambiente (membri del CdA)*

*capacità di essere proattivo- (membri del CdA)*

Ambiente dove quando (vincoli pericoli opportunità opzioni)

*quali sono le situazioni e contesti che vi valorizzano, come puoi crearle o trovarle (membri del CdA)*

*quali sono le condizioni che vi limitano, che limiti e pericoli percepite, come potete superarli (membri del CdA)*



## Why What and How il tuo prodotto-servizio- (esperienza)

Why

**Definite 1 o 2 servizi per voi significativi**

*cosa ha di unico il vostro servizio*

*descrivi il why di questo servizio*

What

*Cosa sono questi servizi*

How

*Come sono organizzati questi servizi*



## Il Modello di business i 9 punti del Canvas

1 Valore offerto

1500 caratteri spazi inclusi

Quale valore percepiscono gli utenti, i familiari, i committenti e la cittadinanza rispetto ai vostri servizi

## 2 Segmenti di Clientela

1500 caratteri spazi inclusi

Con quali gruppi di utenti lavorate

## 3 Relazioni con i Clienti

In questo punto descrivete le relazioni con 1) committenti dei servizi 2) utenti/familiari 3) cittadinanza

## 4 Canali

Quali canali di comunicazione utilizzate

Quali canali di vendita per i servizi a finanziamento privato se ci sono

## 5 Attività

Processo di promozione e marketing

Processo erogazione del servizi

Processo di management con particolare attenzione alla comunicazione con soci e/o dipendenti

## 6 Risorse Chiave

Personale-collaborazioni

Risorse materiali rilevanti

## 7 Partner Chiave

Identificazione-2) Individuazione dei ruoli e delle aspettative suddividiamoli fra economici e non economici-

3) Diamo loro una priorità a seconda del loro potere (decisionale, di influenza) e interesse nel prodotto/servizio/processo.

