

Modulo S5

Ricavi



Ricavi e determinazione dei prezzi

S5: Ricavi e determinazione dei prezzi

Obiettivi del modulo

Al termine di questo modulo sarete in grado di:

- Utilizzare il Business Model Canvas e compilare la sezione 9 relativa ai ricavi, imparando a individuare i flussi di ricavi per la vostra impresa sociale***
- Individuare almeno 5 diversi flussi di ricavi in 4 settori***
- Conoscere 9 diverse strategie di strutturazione dei costi***

S5: Ricavi

Modulo S5

Attività introduttiva: 30 minuti



Argomenti di discussione:

Cosa sono i ricavi e in che modo possono variare in una impresa sociale rispetto a quelli di imprese che operano in altri settori. Fornite la vostra spiegazione in un breve paragrafo.



S5: Ricavi

I ricavi rappresentano l'importo totale del reddito generato dalla vendita di beni o servizi connessi alle principali attività dell'impresa.

Il reddito o il reddito netto costituisce il totale dei guadagni o il profitto di un'impresa



Le imprese sociali possono considerare il crowdfunding, la sponsorizzazione e contratti con il settore pubblico.



S5: Ricavi

Come generare reddito dall'esercizio di una impresa sociale.

L'impiego di strumenti come il **Business Model Canvas** è particolarmente indicato. Tale modello consente infatti di visualizzare i nove elementi chiave della pianificazione aziendale.

Può essere utilizzato per una nuova pianificazione aziendale o per sviluppare il modello imprenditoriale esistente.

Lo schema del Business Model Canvas permette di ottenere una panoramica visiva e concisa degli elementi centrali per la creazione di un business plan



S5: Ricavi

È uno schema strategico che consente di descrivere, progettare e analizzare i modelli imprenditoriali.

È stato ideato da Alex Osterwalder, un imprenditore e uno studioso svizzero di questo settore, nell'ambito della sua ricerca di dottorato.



Lettura consigliata: "Business Model Generation". ISBN: 978-0-470-87641-1

Video suggerito: [Business Model Generation | Alex Osterwalder | Talks at Google](#)



S5: Ricavi

Il Business Model Canvas è un ottimo strumento per aiutare le imprenditrici e gli imprenditori a comprendere in modo semplice e strutturato come funziona un modello imprenditoriale.

L'utilizzo di questo schema vi permette di comprendere meglio a quali clienti vi rivolgete, quali proposte di valore offrite attraverso quali canali e come la vostra azienda o impresa sociale può generare profitti e continuare a operare.

Il modello di business canvas può essere utilizzato anche per confrontare la vostra attività con quella della concorrenza o del mercato in generale



S5: Ricavi

Perché il Business Model Canvas è utile nell'ambito della gestione di imprese sociali?

- Offre rapidamente una chiara immagine degli elementi che costituiscono la vostra idea.
- Permette di comprendere meglio quali obiettivi intende raggiungere, connettendo le idee alle modalità di metterle in pratica in modo proficuo.
- Esamina le tipologie di decisioni delle e dei clienti capaci di influenzare l'utilizzo di ciò che offrite.
- Consente a tutte e a tutti di comprendere la direzione che prenderà l'azienda o l'impresa.



S5: Ricavi

Questo schema aiuta le imprenditrici e gli imprenditori a svolgere la propria attività, a trovare un buon punto di partenza e a rivederlo continuamente.

Gli elementi che costituiscono il business model canvas sono nove e in questo modulo ci concentreremo sul n. 9.

1. Proposta di valore
2. Segmenti di clientela
3. Canali
4. Relazioni con le e i clienti
5. Attività chiave
6. Risorse chiave
7. Partner chiave
8. Struttura dei costi



S5: Ricavi



Guardate il video e rispondete alle seguenti domande:

- 1: In che modo è possibile generare flussi di ricavi?
2. Quali sono le diverse modalità di pagamento previste per le e i clienti?



S5: Ricavi

1: In che modo è possibile generare flussi di ricavi?

- Vendita di un bene
- Canone d'uso
- Quota di iscrizione
- Affitto/leasing
- Licenze
- Commissioni di intermediazione
- Pubblicità – attraverso mezzi convenzionali e social media
- Donazioni

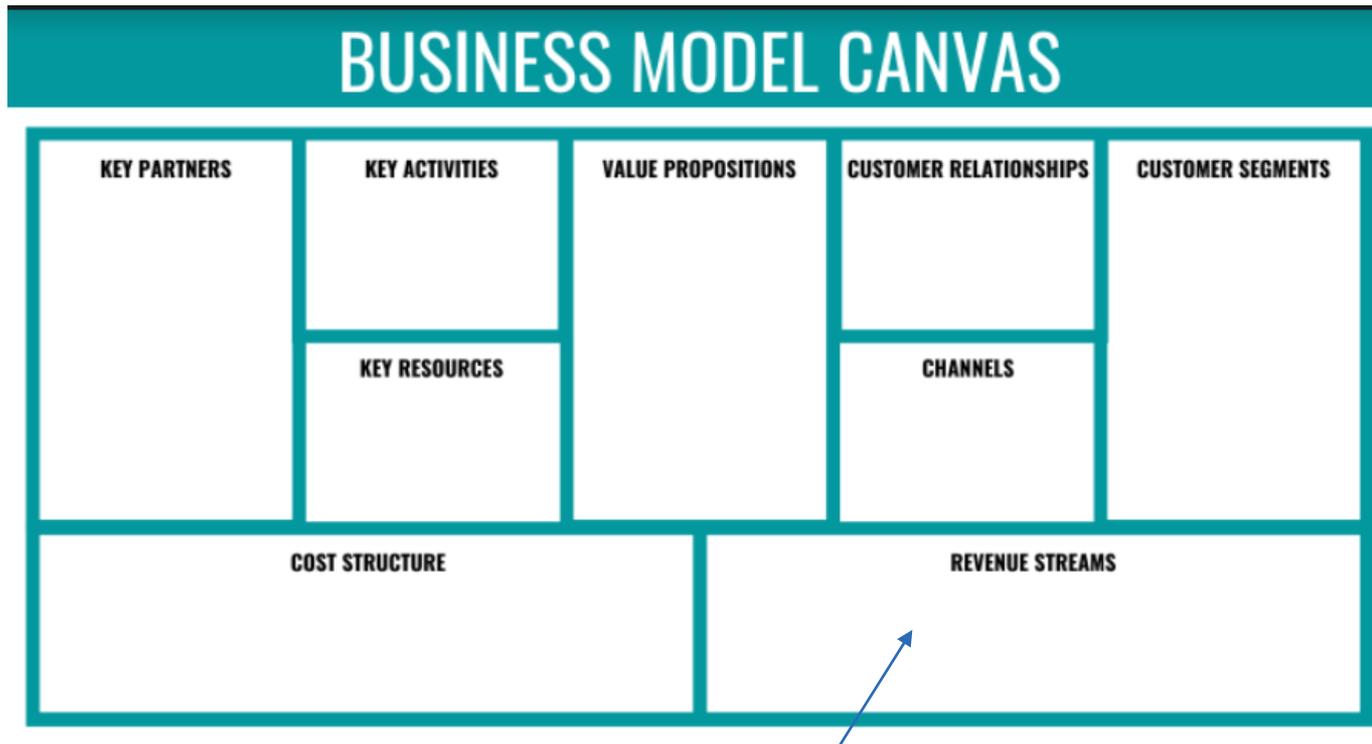
2. Quali sono le diverse modalità di pagamento previste per le e i clienti?

- Pagamenti una tantum
- Pagamenti ricorrenti (trimestrali, annuali, ecc.)
- In base all'utilizzo (come per l'assistenza clienti)



S5: Ricavi

Questo rappresenta lo schema in bianco del Business Model Canvas con le sue 9 sezioni.



Noi ci stiamo concentrando su quella dei flussi di ricavi.



S5: Ricavi

BUSINESS MODEL CANVAS

KEY PARTNERS

The term partners does not refer to business partnerships in the traditional sense but rather it refers to any external organisations who the business plans to partner with in order to deliver their value proposition.

These partners may include buyers, suppliers, subsidiaries, joint ventures, trade groups, regulatory bodies and alliances with other businesses

KEY ACTIVITIES

Identify the key activities that need to occur to make progress on the business plan. What activities and tasks need to be performed to implement the value proposition?

KEY RESOURCES

What resources are required to turn the value proposition into reality? Resources may include human, financial, equipment, facilities, time, knowledge, experience and skills.

VALUE PROPOSITIONS

This refers to the collection of products and services that a business offers in order to meet the needs and desires of their customers.

The value proposition should be what makes the business unique from all other competitors.

Value can be expressed through design, price, performance, customisation, accessibility, technology or any other similar means.

CUSTOMER RELATIONSHIPS

Customer service and retention should be at the heart of every business. A business needs to identify the strategies they will use to develop long-term, positive relationships with customers.

CHANNELS

A business needs to find channels which can effectively distribute its value proposition. Channels may include business controlled methods as well as external methods

CUSTOMER SEGMENTS

A business must understand exactly who their customers are in order to maximise their potential for income.

Customers can be segmented based on their different needs, attributes and interests. This process will ensure that communications and marketing strategies reach the right people.

A business may have one or multiple customer segments depending on the nature of their work.

COST STRUCTURE

Exploring the cost structure will ensure the business understands what costs and expenditure it will need to cover.

Considerations may include fixed costs, variable costs, sunk costs and over-heads along with any other associated expenses.

REVENUE STREAMS

Income can be obtained in a number of ways and a business needs to think beyond simply selling a product to a customer and explore other forms of income generation.

Additional revenue streams may include subscription, rental, licensing, advertising, affiliate sales and many more.



S5: Ricavi

Un'impresa sociale o un'attività commerciale di successo sa da dove derivano i suoi ricavi (o reddito).

I ricavi possono essere ottenuti in diversi modi e questa sezione del business model canvas vi incoraggia a pensare al di là della vendita di un prodotto a un cliente, esplorando altre forme di generazione di reddito.

I flussi di ricavi aggiuntivi possono includere quote di iscrizione, affitti, licenze, pubblicità e molto altro ancora.



S5: Ricavi

Crowdfunding

Vendere direttamente a privati

Leasing - se in possesso di immobili

Ospitare eventi (webinar, formazioni, conferenza, ecc.)

Contratti e offerte nel settore pubblico

Quote di iscrizione

Vendere direttamente a organizzazioni o ad aziende



S5: Ricavi

Offrire un contesto a misura di bambino o che accolga gli animali domestici

Offrire sconti alle e agli ospiti

Prevedere tariffe orarie o giornaliere per le stanze

Offrire alimenti e bevande

Ospitare conferenze

Affitto di spazi per conferenze online



S5: Ricavi

Vendere online

Mercati

Negozi

Porta a porta

Franchising

Vendita per corrispondenza



S5: Ricavi



Guardate il video e rispondete alle domande per ripassare i principali tipi di flussi di reddito:

1: Sapreste ripetere le 7 tipologie menzionate?



S5: Ricavi

Key Revenue Streams Used in Businesses	
▶	Asset sales
▶	Usage fee
▶	Subscription fee
▶	Leasing
▶	Licensing
▶	Brokerage fee
▶	Advertising



<https://www.businessmodelsinc.com/about-bmi/tools/business-model-canvas>

<https://bmttoolbox.net/tools/business-model-canvas/>



S5: Determinazione dei prezzi

Siate consapevoli del vostro valore

Non sottovalutate il valore dei vostri prodotti o servizi. Se fissate dei prezzi troppo bassi, la prima reazione delle e dei clienti sarà quella di domandarsi perché il costo di un bene o servizio è così basso.

Quante persone continuano ad acquistare prodotti di marchi noti rispetto a quelli nuovi o di proprietà? Perché?



S5: Determinazione dei prezzi

- Li trovano rassicuranti
- Ispirano fiducia
- Hanno la sensazione di stare prendendo giuste decisioni
- Percepiscono gli altri prodotti come se avessero una qualità inferiore
- Per ottenere l'accettazione sociale e sentirsi integrate
- Lealtà



La definizione dei prezzi è sempre un argomento interessante, tanto per le aziende quanto per le imprenditrici e gli imprenditori sociali che spesso pensano solo allo scopo sociale della loro attività e dimenticano che senza il giusto prezzo verranno meno le risorse necessarie per raggiungere il loro obiettivo.



S5: Determinazione dei prezzi

La determinazione del prezzo è connessa alle attività di marketing.

Se non vengono opportunamente spiegate le qualità e il valore dei vostri prodotti o servizi, le e i clienti non saranno in grado di apprezzarli appieno e voi non otterrete le vendite, la reputazione o il successo previsto.

enterprise
reputation
marketing social
pricing
customers value
success



S5: Determinazione dei prezzi

Esistono diverse strategie di determinazione del prezzo la cui efficacia dipende delle specificità della vostra impresa. Ecco alcuni esempi:

- Break even/Pareggio
- Prezzo Costo-plus
- Prezzo competitivo
- Prezzo di penetrazione
- Prezzo di scrematura
- Prezzo premium
- Prezzo di valore
- Prezzo troppo basso
- Sconti

**pricing
models**



S5: Determinazione dei prezzi

Break Even/Pareggio

Questa strategia permette di fissare il prezzo minimo, coprendo solo i costi.

Ad esempio, quando si ricevono delle sovvenzioni, l'importo totale deve essere speso nella realizzazione della commissione.

Ciononostante, non costituisce un modello ideale. Avete bisogno di eccedenze per realizzare il vostro scopo sociale, sviluppare prodotti e servizi innovativi e mantenere un approccio imprenditoriale.



S5: Determinazione dei prezzi

Prezzo Costo-plus

Questo metodo calcola i costi totali e poi aggiunge una percentuale stabilita per il profitto.

Può variare, ma si suggerisce almeno il 20%. Questo vi permetterà di reinvestire nella vostra impresa sociale o di sviluppare nuovi prodotti o servizi.



S5: Determinazione dei prezzi

Prezzo competitivo

Il *tasso corrente*. Offrite un servizio o un prodotto direttamente paragonabile a quello dei vostri competitor?

I videogiochi e l'abbigliamento sportivo ne sono un esempio. Quando un competitor aumenta il prezzo, gli altri lo seguono sul mercato. Pertanto, è importante effettuare una ricerca approfondita della concorrenza attraverso strumenti come il CRM (customer relationship management).

Fate attenzione a questa struttura dei prezzi: fissare un prezzo più basso può essere indice di inferiorità, al contrario, un prezzo più elevato richiede di dimostrare le caratteristiche che rendono migliore il vostro prodotto o servizio rispetto alla concorrenza.



S5: Determinazione dei prezzi

Prezzo di penetrazione

Inizialmente si fissa un prezzo basso per assicurarsi un alto volume di vendite non appena si lancia l'attività.

Se vendete prodotti alimentari o articoli di uso quotidiano, questa soluzione può funzionare perché, anche se potete guadagnare solo pochi centesimi per ogni vendita, avrete un volume di vendite elevato.



S5: Determinazione dei prezzi

Prezzo di scrematura

Può essere utilizzato per prodotti con cicli di vita brevi, ad esempio computer, telefoni cellulari, giochi, DVD, ecc. In questi casi, la clientela si adegua agli aggiornamenti e passa alle nuove tecnologie sul mercato.

Il prezzo tenderà sempre a scendere, ma l'esigenza delle e dei clienti di avere immediato accesso al nuovo prodotto rende utile il ricorso a questa strategia.



S5: Determinazione dei prezzi

Prezzo premium

Il presupposto è quello che clienti e committenti sono disposti a pagare di più per beni e servizi di qualità superiore.

Si basa prettamente sulla percezione della qualità la quale, spesso, deriva dal passaparola e da campagne di marketing di successo.



S5: Determinazione dei prezzi

Prezzo di valore

Comporta l'allineamento ai vantaggi e alle qualità del vostro prodotto/servizio. Quale "valore" extra offrite?

Vendete prodotti biologici o naturali, oppure prodotti in serie?

Offrite garanzie o assistenza post-vendita?



S5: Determinazione dei prezzi

Prezzo troppo basso

Stabilire un prezzo troppo basso può essere l'errore più grande che si possa commettere.

Un simile approccio può nascere dalla disperazione e dalla percezione di sentirsi inferiori.

La scelta di questa strategia rende improbabile la vostra capacità di:

Sostenere i costi.

Attirare nuovi clienti

Aumentare i prezzi in futuro senza perdere clienti

Inoltre, si tradurrà inevitabilmente in potenziali problemi di liquidità.



S5: Determinazione dei prezzi

Sconti

Se non riuscite ad attirare clienti, potete offrire sconti per il primo acquisto o per l'iscrizione alla vostra newsletter.

Gli sconti continui, tuttavia, possono avere un impatto negativo, in quanto nei periodi in cui non prevedete sconti potrebbero dare l'impressione di stare proponendo dei prezzi eccessivi.



S5: Determinazione dei prezzi

Se avete stabilito i prezzi giusti, il vostro obiettivo successivo è quello di renderli sostenibili.

Una volta creata la vostra impresa sociale o attività commerciale, dovrete assicurarvi che sia finanziariamente sostenibile.

Questo è essenziale per continuare a supportare le persone che avete deciso di aiutare o le e i clienti che vogliono acquistare i vostri prodotti o servizi



S5: Determinazione dei prezzi

Indubbiamente, determinare il giusto prezzo non è semplice.

Se state avviando una piccola impresa o un'impresa sociale, stabilire il prezzo può dare l'impressione di stare commettendo un azzardo.

Tuttavia, è fondamentale stabilire un prezzo che permetta di trovare il giusto equilibrio tra l'attrazione di clienti paganti e la realizzazione di un profitto.



S5: Determinazione dei prezzi

Infine...

Sperimentate e imparate dalle vostre esperienze!
Siate sempre pronti a rivalutare le vostre scelte.

Può essere difficile stabilire i prezzi giusti fin dall'inizio, quindi monitorate costantemente i prezzi e le prestazioni: individuate quali prodotti o servizi generano più volume e concentratevi su di essi, lasciando gli altri in secondo piano.

Siate pronti a sperimentare diversi prezzi e strategie per capire quali funzionano meglio in relazione alla clientela e ai vostri prodotti e determinateli di conseguenza.



S5: Determinazione dei prezzi

Risorse consultabili:

<https://www.youtube.com/watch?v=ynQasjpBTck>

<https://www.youtube.com/watch?v=pnKqFIEQxMc>

<https://www.businessmodelsinc.com/about-bmi/tools/business-model-canvas>

<https://bmtoolbox.net/tools/business-model-canvas/>

<https://www.youtube.com/watch?v=V8EF7vIUqBI>

Lettura consigliata: "Business Model Generation". ISBN: 978-0-470-87641-1

