

Understanding and Developing Business Models in the Globalisation Era ProBM 2

EXECUTIVE SUMMARY – Italia

La prima fase del progetto ProBM2, *“Understanding and Developing Business Models in the Globalisation Era”*, prevedeva un questionario progettato per raccogliere informazioni sulla conoscenza, la comprensione e l'utilizzo dei business model. I risultati ottenuti verranno poi utilizzati per lo sviluppo del programma di formazione sui modelli di business per imprenditori ed educatori di adulti. Il questionario era rivolto a direttori, imprenditori, titolari di aziende, manager e responsabili delle risorse umane delle PMI (quelle che hanno tra i 10 e i 250 dipendenti) che operano da almeno 5 anni.

In Italia, Training 2000 ha inviato i questionari via mail a dodici imprese selezionate e ha ricevuto risposte da parte di sei aziende. Si tratta di PMI che operano in questi settori: metalmeccanica, moda, commercio, produzione di elementi di illuminazione, software B2B e turismo.

Di seguito viene riportata una sintesi dei risultati.

In base alle risposte ricevute, si può chiaramente notare che quasi tutti gli imprenditori coinvolti sanno cos'è un business model, ma solo il 33,33% di questi lo utilizza nella loro attività. Malgrado ciò, quasi tutti gli intervistati riconoscono l'importanza dei modelli di business per il successo dell'azienda e per migliorare la sua posizione sul mercato. Inoltre, l'83,33% pensa che avere una conoscenza approfondita dei business model riduca gli ostacoli per avviare una nuova impresa o migliorare le sue prestazioni. Dai risultati si evince che i principali vantaggi nell'utilizzare i business model sono: avere un piano per la crescita, migliorare l'efficienza operativa, avere una sostenibilità finanziaria e incrementare la redditività e l'efficienza. Le ragioni per cui non viene utilizzato un business model all'interno dell'azienda sono: l'inabilità dell'impresa a gestirlo, la visione superata di un'azienda guidata soltanto da una persona o la soddisfazione per le prestazioni attuali.

La maggior parte degli intervistati concorda sul fatto che ogni elemento del business model canvas sia importante nella loro attività. Gli elementi più importanti risultano essere i flussi di ricavi

(33,33%), le relazioni con i clienti (16,67%), i partner chiave (16,67%) e le proposte di valore (16,67%). Il 33,33% ha risposto che i segmenti di clientela sono l'elemento meno importante. Il 66,67% degli intervistati ha risposto che i diversi elementi di un business model sono in larga parte dipendenti tra loro, il 16,67% che sono totalmente dipendenti e il 16,67% che sono dipendenti per certi aspetti e indipendenti per altri. Quando è stato chiesto quanto frequentemente un cambiamento in uno degli elementi porti un cambiamento anche in un altro o più elementi, il 66,67% ha risposto spesso, il 16,67% sempre e il 16,67% a volte.

Infine, è stato chiesto ai manager di indicare quale tipo di caratteristica del formatore apprezzerebbero di più se volessero partecipare a una formazione sui business model: secondo loro l'esperienza nella formazione dei modelli di business e nel loro campo imprenditoriale è la caratteristica più importante.