

 **Strategie e modelli di business**
Anno Accademico 2025/2026

Prof. Antonio Prencipe

Professore Associato in Economia aziendale
Abilitato Professore Ordinario in Economia Aziendale
Docente di Strategia e modelli di business, Strategia aziendale, Entrepreneurship

1

 **Strategie e modelli di business**
Anno Accademico 2025/2026

Unit 8

Applicazioni strategiche e processo del modello di business (cap. 4, 5)

2

Architettura Strategica e Innovazione del Modello di Business

Un framework esecutivo per Analisi, Diagnosi e Creazione di Valore.



3

“Non esiste un unico modello di business... Ci sono davvero molte opportunità e molte opzioni e dobbiamo solo scoprirle tutte.”
— Tim O'Reilly

KEY INSIGHT: The innovation process requires continuous discovery and assessment to unlock new market opportunities and alternative business models.

4

L'Ambiente Esterno: Il Vostro Spazio di Progettazione

APPROVATO

KEY INSIGHT: Analyzing the four key external forces (trends, sector, macroeconomics, market) provides the design space and constraints for innovating your business model.

PROJ-2024-MOD
DIRETTORE TECNICO
SCALETT 1/30

5

Mappare le Forze: Analisi di Mercato e Settore

Forze di Mercato

- Segmenti di Mercato: Dove si trovano i margini più elevati?
- Esigenze e Richieste: Cosa vogliono davvero i clienti?
- Costi di Passaggio: Cosa lega i clienti alla concorrenza?

Benchmark: Pharma
I pazienti hanno poca influenza sui prezzi; focus su prevenzione vs cura.

Forze del Settore

- Concorrenti (Incumbent): Chi sono gli attori dominanti?
- Nuovi Entranti: Chi sono gli attori "insurgent"?
- Prodotti Sostitutivi: Quali prodotti potrebbero sostituire i nostri?


Benchmark: Pharma
Crescita dei generici e convergenza tra diagnostica e trattamenti.

6

Mappare le Forze: Tendenze e Macroeconomia


Tendenze Chiave

- ☑ **Tecnologia:** Quali tecnologie sono minacce dirompenti?
- ☑ **Normative:** Quali regole influenzano il modello?
- ☑ **Sociali:** Come cambiano i valori culturali?

 **Benchmark: Pharma**
Farmacogenomica, medicina personalizzata, invecchiamento.

Forze Macroeconomiche


- ☑ **Mercati Globali:** L'economia è in fase di espansione?
- ☑ **Mercati dei Capitali:** È facile ottenere finanziamenti?
- ☑ **Infrastrutture:** Qualità dei servizi pubblici e trasporti.

 **Benchmark: Pharma**
Pressione degli azionisti per risultati a breve termine.

7


Valutazione del Modello: Il Check-up Diagnostico

Visione d'Insieme



Valutazione generale della strategia.

Visione Dettagliata



Analisi SWOT applicata a ogni singolo blocco.

INSIGHT Un modello di business competitivo oggi potrebbe essere **obsoleto domani**. È necessaria una valutazione regolare per prevenire il fallimento.

8

Executive Strategic Blueprint

Integrazione SWOT e Business Model Canvas

INTERNO: Punti di Forza e Debolezza
ESTERNO: Opportunità e Minacce

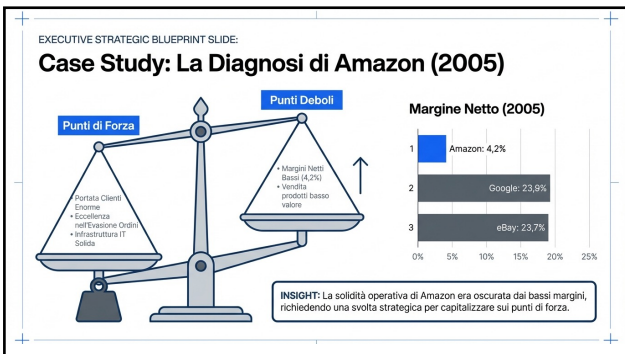
Key Partners	Key Activities	Value Proposition	Customer Relationships	Customer Segments
		Forza	Debolezza	
	Key Resources	Opportunità	Minaccia	Channels
Cost Structure				Revenue Streams

INSIGHT Un modello di business competitivo oggi potrebbe essere obsoleto domani. È necessaria una valutazione regolare per prevenire il fallimento.

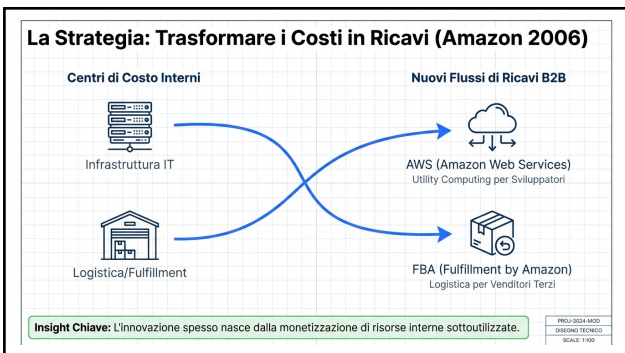
9



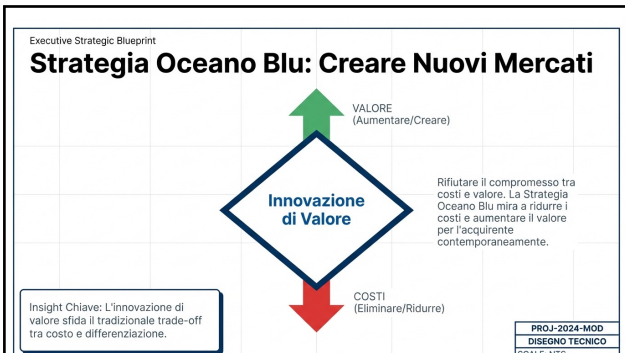
10



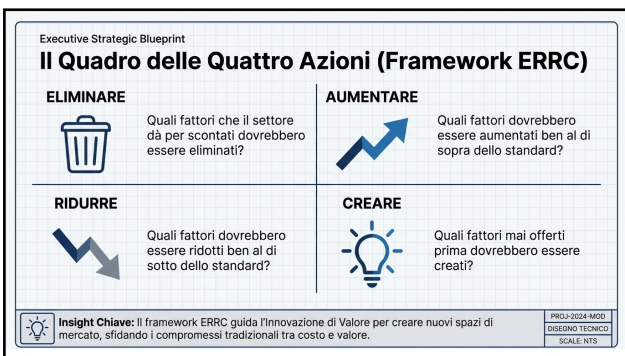
11



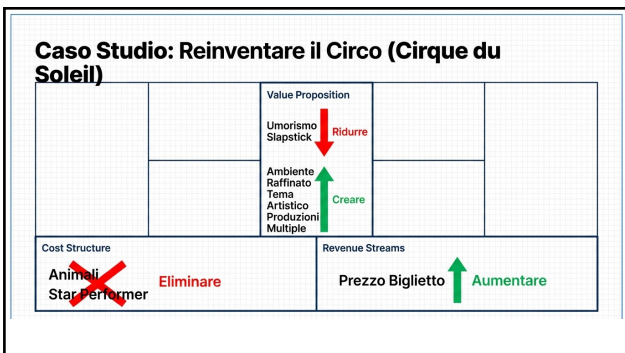
12



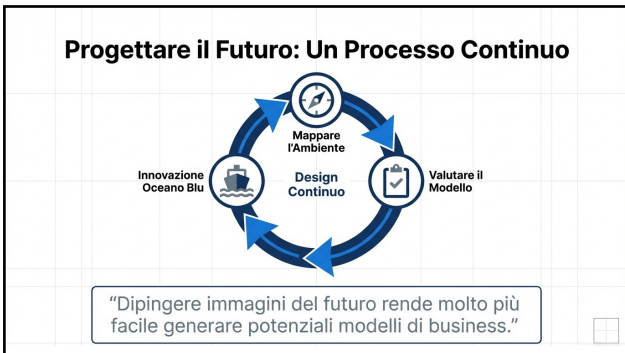
13



14



15



16

Sintesi Strategica e Prossimi Passi

- **Monitoraggio:** Istituire un audit trimestrale delle 4 forze esterne (Mercato, Settore, Trend, Macro).
- **Diagnosi:** Utilizzare la Scorecard per valutare oggettivamente le performance interne.
- **Asset Leverage:** Identificare i centri di costo trasformabili in flussi di ricavo (Modello Amazon).
- **Value Innovation:** Applicare la griglia ERRC per rompere il trade-off costo/valore (Modello Cirque du Soleil).

L'obiettivo non è prevedere il futuro, ma progettare un'architettura di business capace di prosperare in esso.

17
