



SET UP BUSINESS

STEP 1 - THE GOLDEN CIRCLE

WHY | Qual è la tua missione? Qual è la tua visione? Perché lo fai?

HOW | Come lo fai? Come vuoi raggiungerlo?

WHAT | Cosa fai per raggiungerlo?

Le persone non comprano ciò che fai, comprano il perché lo fai.



STEP 2 - BUSINESS MODEL CANVA

PARTNER CHIAVE <i>Chi ti aiuta?</i>	ATTIVITA' CHIAVE <i>Cosa fai?</i>	RISORSE CHIAVE <i>Chi sei e cosa hai per far funzionare la tua idea?</i>
VALORE FORNITO <i>Come aiuti le persone?</i>	RELAZIONI CON I CLIENTI <i>Come interagisci con i tuoi clienti?</i>	TIPOLOGIA DI CLIENTI <i>Chi aiuti?</i>
CANALI <i>Come ti fai conoscere e come fornisci il servizio?</i>	COSTI <i>Quanto devi spendere per il tuo business? Lista spese.</i>	RICAVI <i>Quanto prevedi di fatturare? Lista flussi d'entrata.</i>



STEP 3 - BRAND POSITIONING

1. CHI SONO?	CHI NON SONO?
2. IN COSA CREDO?	IN COSA NON CREDO?
3. PER CHI SONO?	PER CHI NON SONO?



STEP 4 - SISTEMA DI CREDENZE

1. INDIVIDUA LE SITUAZIONI NEGATIVE

Pensa ad una lista di esperienze negative che un potenziale cliente potrebbe avere o ha avuto con il brand o prodotto.

2. INDIVIDUA LE CREDENZE DA EVITARE

Che tipo di emozione/pensiero negativo ha lasciato nel cliente?

3. INDIVIDUA IL VALORE CHE DOVREBBE ESSERE TRASMESSO

Che valore opposto (alla credenza da evitare) deve comunicare il brand?

SITUAZIONE NEGATIVA	CREDENZE DA EVITARE	CREDENZE DA TRASMETTERE



STEP 5 - PIRAMIDE DEI VALORI

1. PILASTRI FONDAMENTALI

Elenca i 3 pilastri fondamentali su cui si regge il Brand, che utilizzeremo come nucleo per gli elementi di comunicazione. (*sistema di credenze, valori*)

-
-
-

2. VALORI BASE

Per completare la piramide, abbiamo bisogno di altri 3 valori che stanno alla base.

-
-
-

