

IMPACT CANVAS PER LE INDUSTRIE CULTURALI E CREATIVE

SFIDA SOCIALE

Qual è la sfida sociale affrontata dal pubblico e/o dai target beneficiari?



3

SOLUZIONE

Qual è il servizio/prodotto/attività che la vostra organizzazione offre per rispondere ai bisogni individuati?



5

UNIQUE VALUE PROPOSITION

Perché i segmenti di pubblico e i target beneficiari vengono ai vostri eventi/organizzazioni/mostre ecc. e partecipano alle attività? Perché vogliono trascorrere il loro tempo qui e non altrove?



6

CANALI

Quali canali potete usare per promuovere, vendere e fornire le unique value proposition identificate? Come raggiungete e fidelizzate i segmenti di pubblico e i target beneficiari?



8

SEGMENTI DI PUBBLICO

A quali segmenti di pubblico si rivolgono le vostre attività? Per chi state creando valore?



1

BISOGNI

Di cosa hanno bisogno i segmenti di pubblico e/o i target beneficiari per rispondere alla sfida sociale che affrontano?



4

ALTERNATIVE ESISTENTI

Quali altre soluzioni esistono per la sfida sociale e i bisogni dei segmenti di pubblico e/o dei target beneficiari?



7

BENEFICIARI/IE

Chi sono i target beneficiari? Chi sta beneficiando del valore che state creando?



2

IMPATTO

Quale impatto la vostra organizzazione/attività intende generare?



11

MISURE DI IMPATTO

Quali metriche per misurare l'impatto? Quali metriche indicano quanto siete in grado di rispondere alla sfida sociale e di fornire la vostra unique value proposition ai segmenti di pubblico e ai target beneficiari delineati? Quali metriche meglio aiutano a mostrare il potenziale di sviluppo della vostra attività?



12

DATI

Quali dati sono necessari alla vostra organizzazione per assicurarsi che il valore proposto sia basato su elementi concreti relativi alla società e non su semplici ipotesi e supposizioni?



13

FONTI DEI DATI

Dove potete trovare i dati che vi aiutano a capire come state rispondendo alle sfide sociali identificate, se e come soddisfatte le esigenze dei vostri segmenti di pubblico e che tipo di impatto avete?



14

STRUTTURA DEI COSTI

Quali sono i principali costi dell'organizzazione (per proporre attività/prodotti/servizi)?



9

SOSTENIBILITÀ FINANZIARIA

Quali sono le principali entrate grazie alle quali realizzate le vostre value proposition?



10