

simona michelon - caterina stefanazzi

# STARTUP YOUR BOARD!

STARTUP MODEL BOARD: EASY, FAST, AMAZING

**STORY**  
[mission]



**TEAM VISION**



**ONENESS**  
[talent]



**MKT**



© Tutti i diritti riservati | 2018  
**Simona Michelin e Caterina Stefanazzi**  
Founders @Startup Model Board

# STARTUP MODEL BOARD

easy | fast | amazing



# CHE COS'È

È uno strumento inedito di visual storytelling per comunicare **un progetto di business** attraverso le immagini.

## PERCHÈ CE LA SIAMO INVENTATA

Perché il Business Model Canvas, che resta imprescindibile e nessuno lo tocca, a volte non basta, non calza, sembra lontano, freddo, complesso.

Oggi una presentazione deve catturare l'attenzione, ingaggiare subito, esaurirsi in fretta con un risultato in mano: quello di convincere.

E così noi, da brave *design thinker*, abbiamo integrato capacità analitiche e attitudini creative per realizzare uno strumento che concilia i principi dell'economia aziendale con il *visual storytelling*.

**Non un canvas**, quindi, **ma una board che diventa storyboard** perché sviluppa un vero e proprio percorso narrativo per immagini, **traducendo in fotografie gli elementi del progetto d'impresa**.

I template? Li trovi su Canva (basta utilizzare una griglia di 6 celle):

[template orizzontale per post fb e presentazioni](#)

[template orizzontale per cover fb | in](#)

## A CHI SERVE

- All'**impresa**, che si vede stimolata a riflettere su di sé e a tradurre idee e concetti in immagini.
- Ai **consumer**, perché diventa strumento di identificazione e di coinvolgimento con il brand.
- Agli **stakeholder**, perché un pitch con la nostra board diventa facile, originale e immediatamente efficace.

## COM'È FATTA

La moodboard si compone di **6 fotografie**, che rappresentino altrettanti elementi focali della tua idea imprenditoriale: la **storia**, la **team vision**, il **pubblico**, l'**unicità**, il **mercato** di riferimento, la **formula**.

**Ogni fotografia avrà vita indipendente ma potrà anche essere letta all'interno di un percorso** (story > team vision > peopleing > oneness > market > formula) che darà vita alla narrazione della tua impresa. **Tutto quello che dovrai fare sarà sostituire le icone con una selezione ragionata di fotografie.**

Ora andiamo di spiegazione rapida delle celle...

# 01 | Story

*Visualizations no longer just complement a written story.  
They're becoming a mainstream story form.*

**ALBERTO CAIRO**  
Visualization Methodology Expert



**Alberto Cairo** spiega ai figli come si muovono i pianeti.

Raccontare una *startup* significa esplorare l'entusiasmo degli esordi, disegnare la genesi di un'idea, inquadrare la *mission* in un percorso fatto di biografie, di confronto di idee, di progetti nati e abortiti, fino ad arrivare a un presente carico di emotività.

Se le parole descrivono, le immagini narrano. Dato che fare *storytelling* significa comunicare attraverso racconti, allora fare *visual storytelling* significa comunicare attraverso immagini narrative.

**Nella **SMB** ti chiediamo di sfogliare l'album della memoria alla ricerca della fotografia che più di tutte è capace di raccontare la tua storia d'impresa.**

## 02 | Team Vision

*For individuals, character is destiny.  
For organizations, culture is destiny.*

**TONY HSIEH**  
CEO Zappos



Da **Zappos** le scrivanie sono così: il sogno sta sopra al caos colorato delle postazioni del team.

La *vision* è il fine ultimo dell'impresa, la proiezione di uno scenario futuro sfidante ma possibile che coinvolge le energie di tutto il team. È il **sogno**, insomma.

Ma la rappresentazione, di quel sogno, è soggettiva e dipende dell'immaginario di ciascuno.

**Nella SMB** dovrai scegliere con il tuo team la fotografia che faccia cogliere con immediatezza sia il sogno sia lo spirito del gruppo di lavoro.

Perché la cosa bella, nel lavorare insieme, è che ognuno può guardare dove vuole perché tanto la direzione è una sola.

## 03 | Peopleing: *user e follower*

*Children are our role models. They embrace discovery and wonder.  
They are natural learners.*

**OLE KIRK KRISTIANSEN**  
**LEGO Founder**



**LEGO®** organizza dei "fan tour" a pagamento nelle sue fabbriche.

Nell'era dell'iperconnessione ti tocca confrontarti con consumatori sempre più difficili da sorprendere e ingaggiare: sono i **prosumer**, consumatori e produttori insieme. Con un *prosumer* non hai alternative: devi conversare con lui, devi capirlo, interrogarlo, ascoltare quello che ha da dire.

Il modello di riferimento non è più B2B (Business to Business) o B2C (Business to Consumer) ma **H2H** (Human to Human): ti obbliga cioè a riconoscere la complessità degli essere umani a cui ti rivolgi. Sono potenziali *user* oppure sono *follower* con cui condividere la tua filosofia, le tue idee, il tuo sogno?

Nella comunicazione deve sparire il «voi» (generico e astratto) per lasciare il posto al «tu» (particolare e concreto). E non basta: in una modernità liquida in cui il tempo scivola veloce, la gente insegue un «noi» inclusivo e rassicurante, crea community virtuali identitarie e ti chiede di farne parte.

La **nuova opportunità**, per te, è quella di usare in modo virtuoso i contributi provenienti dalla rete dei tuoi *follower* e *user* per creare inedite strategie di business.

**Per la SMB** dovrai scegliere una foto che non descriva un target per età e interessi, ma che racconti invece gli stati d'animo, le attitudini e i desideri che accomunano i molteplici pubblici di riferimento.

## 04 | Oneness

*I am what I photograph.*

**MARTIN PARR**  
Documentary photographer



**BBC** e il progetto "Oneness" di Martin Parr.

Oneness significa unicità: è quella cosa che sai di possedere (non fare finta di niente), ti distingue dagli altri e ti viene facile.

È la tua impronta digitale, ti differenzia nel contenuto, nello stile, nella comunicazione o nella loro combinazione.

Nella **SMB** l'icona dell'unicità vuole ispirarsi alla '**mucca viola**' di Seth Godin, metafora della straordinarietà e di ciò che emerge dal consueto: ogni sistema aziendale è unico e l'intreccio dei suoi elementi costitutivi è sempre qualcosa di inedito, perché governato dallo stesso spirito che hanno i pionieri. **Quale fotografia sa rappresentare la tua unicità imprenditoriale?**

## 05 | Mkt (mercato)

*So we didn't think of an idea, we just had a moment.  
What was encapsulated in that box was his baby.*

**NORMAN SEEFF**  
photographer



**Steve Jobs** nel 1984, fotografato nel suo appartamento con il Macintosh, il primo computer user-friendly della storia.

Ogni volta che si pensa a un progetto o a un'idea di business si intravede una "crescita", un'innovazione all'interno del mercato in cui ci si posiziona.

Boston Consulting Group propone nella sua matrice due possibilità in cui il un business può collocarsi all'interno di un mercato in crescita: come punto di domanda oppure come stella. Sei **un punto di domanda** se ti lanci in un mercato in cui ci sono già altre imprese con formule simili alla tua. Sei una **stella** se non ce n'è per nessuno.

**Nella SMB cerca di trovare una fotografia che ritragga il tuo essere nel mercato: sei una *star* o un *question point*?**

## 06 | Formula: D + S + P + i

*I'd like to die on Mars. Just not on impact.*

**ELON MUSK**



La **Tesla Roadster** durante la preparazione per il lancio nello spazio.

Per emergere la tua impresa deve offrire una **formula** innovativa: un **Digital Social Product (D + S + P) orientato all'innovazione e al cambiamento (+ i)**.

**Digital** perché è inevitabile il confronto costante con la trasformazione culturale, economica e sociale di cui il digitale è motore.

Non si può trincerarsi nel meraviglioso mondo analogico: i millennials non se lo ricordano e la generazione Z lo vedrà nei musei. La trasformazione digitale ha poco a che vedere con la creazione di un sito e l'acquisto di qualche pc nuovo. Non è questione di mezzi, ma di cultura. Siamo immersi, che ci piaccia o no (a noi piace) nel digitale: dobbiamo solo farci venire una buona idea per sfruttarlo al meglio.

**Social** perché, e qui ti giochi tanto, devi seguire due linee di azione: una rivolta ai tuoi prosumer, l'altra ai tuoi futuri partner.

Nel primo caso il tuo prodotto diventa 'social' quando sa modificarsi in base alle 'conversazioni' con il pubblico, quando tu fai vivere alla gente un'esperienza e alla fine hai il coraggio di chiedere "com'è andata?".

Nel secondo caso la creazione di partnership stimolanti, magari insolite, che ancora nemmeno immagini, può produrre nuove culture d'impresa e svelare scenari inesplorati.

Ed eccoci al dunque: oggi una *Startup* deve **i**mmaginare, **i**ntraprendere nuove strade, **i**ntuire buone soluzioni,

ideare esperienze di valore: **il fattore "i", che chiude la formula e che sarà protagonista della tua fotografia, è la variabile che assicura un futuro alla tua impresa.** Un vero startupper non guarda all'attualità ma è proiettato verso il futuro. Il fattore "i" è l'innovazione intesa come cambiamento, apertura al nuovo, sguardo al futuro.

Non esistono formule magiche: l'icona sulla SMB è una borsa con la domanda "**what's in the bag?**", a sottolineare la specificità di ogni idea di business, che deve trovare in sé, nella sua "borsa", la chiave per continuare a crescere in un futuro sempre più mutevole e veloce.

**E allora la fotografia da cercare per la SMB è quella non ancora scattata: raffigurerà il tuo sguardo al futuro.**

**Che cosa c'è, nella tua borsa?**

## CASE STUDY | #SMDAYIT + #DIDAYS

Ecco la **Startup Model Board** pensata per l'evento digital dell'anno: il Social Media Day Italy 2018.



**STORY** | quella del #SMDAYIT è una storia di pionierismo, di avventura e di scoperta. Ma anche di mete da raggiungere e di tappe lungo il cammino.

**TEAM VISION** | senza dubbio l'idea, centrale e vincente, dello sharing, della condivisione, della connessione, della maglia di una squadra che gioca per vincere, sì, ma sempre con un sorriso.

**PEOPLEING** | il pubblico di #SMDAYIT è fatto di gente che si incontra e si confronta: insomma, che parte insieme per un viaggio nella comunicazione.

**ONENESS** | l'evento è reso unico dalla freschezza sia dei contenuti sia della comunicazione sia del team. Ottimismo, voglia di esserci, entusiasmo: ecco perché il #SMDAYIT è la mucca viola del digital in Italia.

**MARKET** | la Startup di Eleonora Rocca si è subito posizionata da stella sul mercato e la sua crescita esponenziale lo conferma.

**FORMULA** | #SMDAYIT è vincente perché ha la capacità di rinnovarsi a ogni edizione. La sorpresa è l'ingrediente definitivo, quello che trasforma l'evento in esperienza.

Bene, ora è il tuo turno: buon viaggio!

*Cate e Simo*

# qui butti giù un paio di idee

Tentativo n°:

Umore:

Ispirazione:

STORY

ONENESS

TEAM VISION

MKT

PEOPLEING

FORMULA

# qui butti giù un paio di idee

Tentativo n°:

Umore:

Ispirazione:

STORY

ONENESS

TEAM VISION

MKT

PEOPLEING

FORMULA

# qui butti giù un paio di idee

Tentativo n°:

Umore:

Ispirazione:

STORY

ONENESS

TEAM VISION

MKT

PEOPLEING

FORMULA

# qui butti giù un paio di idee

Tentativo n°:

Umore:

Ispirazione:

STORY

ONENESS

TEAM VISION

MKT

PEOPLEING

FORMULA