

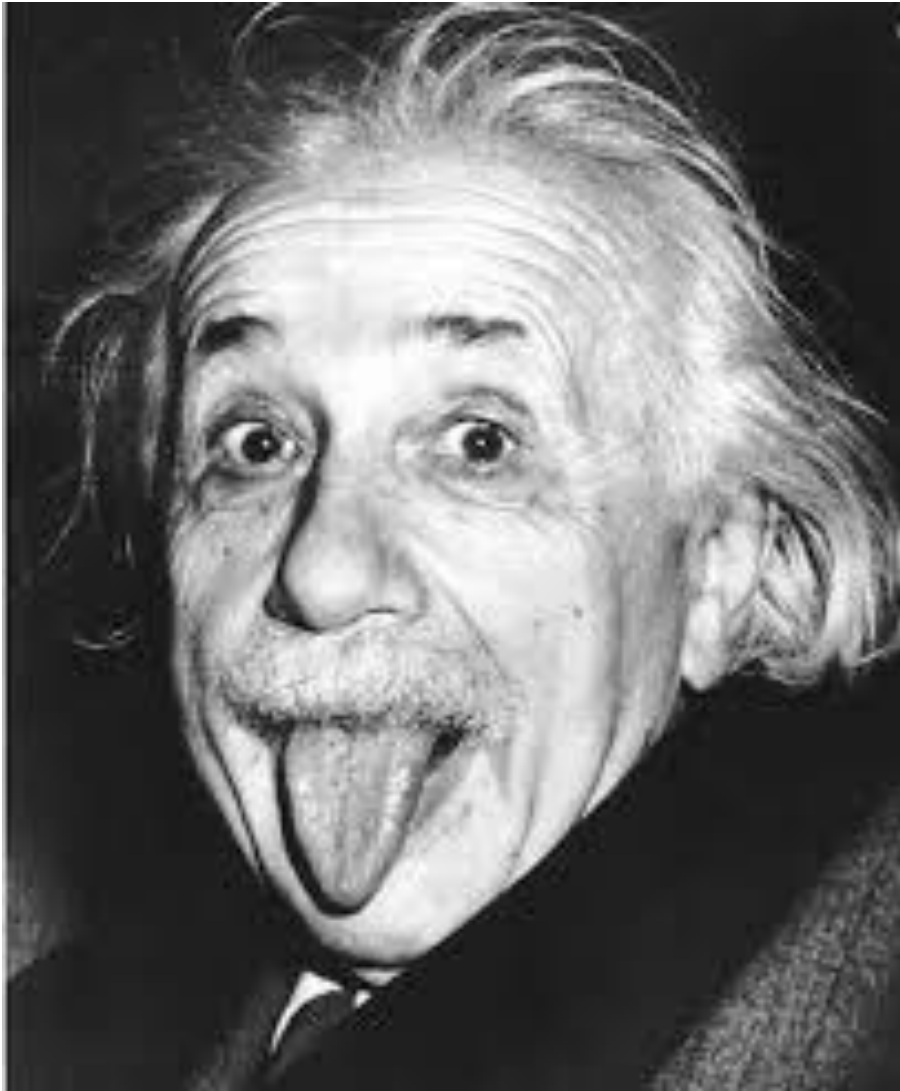
InnovationLab



PERCORSI D'INNOVAZIONE 4 PERCORSI PER INNOVARE IL VALORE



L'Europa alla portata della vostra impresa.



**The definition
of insanity is
doing the
same thing
over and over
and expecting
different
results
A. Einstein**

INNOVAZIONE

- **Processo**
- **Prodotto**
- **Servizio**

Innovation is the only
way to win.

Steve Jobs



Innovazione Strategica



Tutto il mondo della strategia è permeato dalla capacità di fare innovazione e viceversa l'innovazione ha sempre più un impatto strategico, esistono nuove strategie, deve quindi essere perseguita l'innovazione della strategia

Oggi ogni persona nel suo essere leader e manager deve pensare in modo innovativo

CAMBIA IL MODELLO E GLI ASPETTI
TENDONO A CONVERGERE



Strategia
Innovazione
Leadership

**TRE MOMENTI AGITI
SEPARATAMENTE**



Strategia
Innovazione
Leadership

**TRE MOMENTI
CONVERGENTI**

Approccio proposto

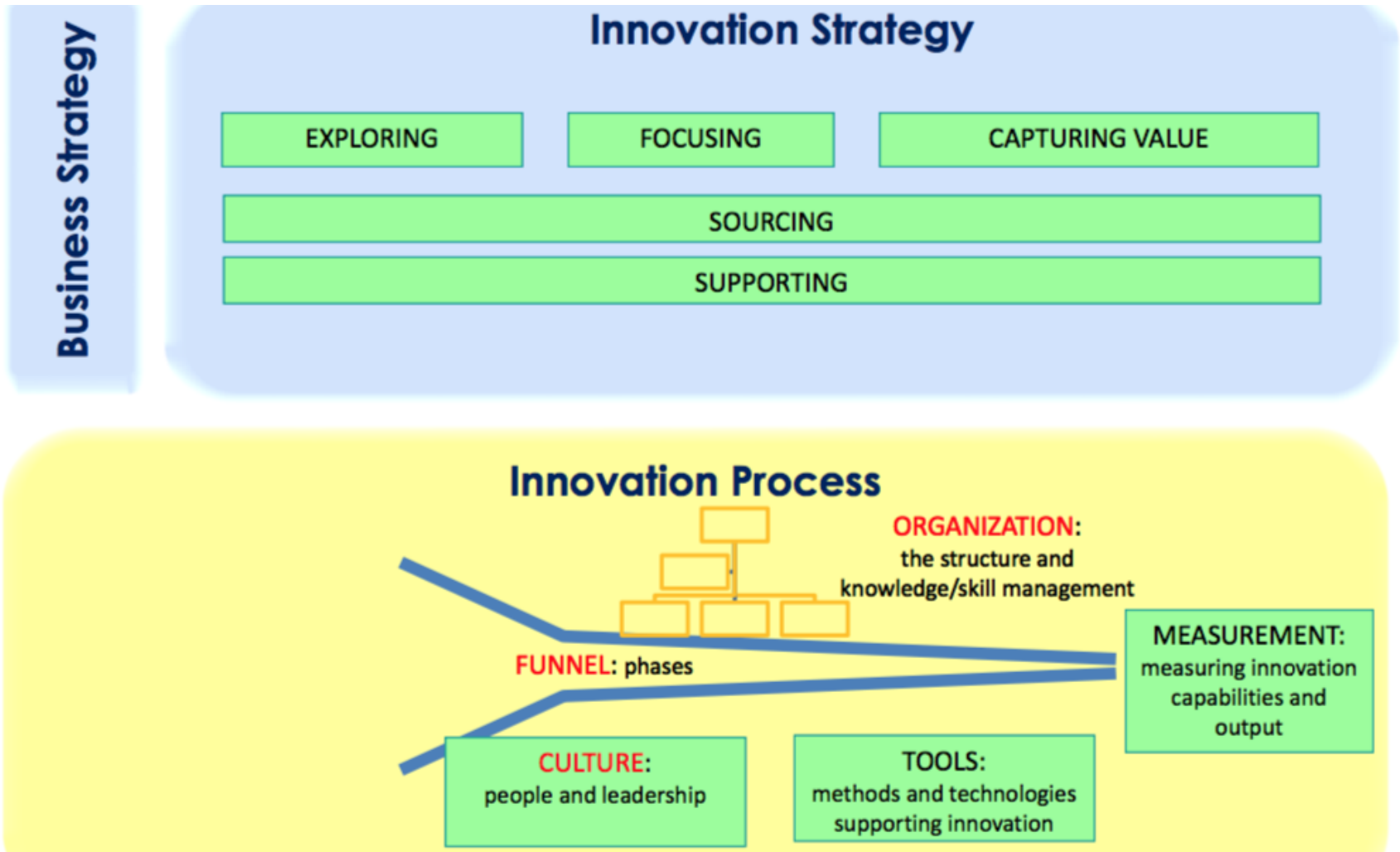


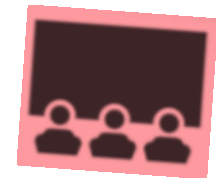
Persone eterogenee e di provenienza interfunzionale che:

- 1. Hanno un malessere** riguardo alla situazione esistente:
 - disallineamento dei prodotti/servizi riguardo la vita dei consumatori
 - il prodotto che non si “differenzia” dagli altri
 - possedere una nuova tecnologia ma non essere capaci di sfruttarla pienamente
 - l’azienda ha perso il suo “senso”, il perché
- 2. Hanno la volontà di cambiare** e di valutare varie ipotesi
- 3. Hanno la capacità di riflettere** sul perché delle cose

Quindi non persone che hanno necessariamente tante idee, bensì che siano capaci di andare in profondità, accettare le critiche e dare feedback costruttivi

1 – INNOVAZIONE: STRATEGIA, ORGANIZZAZIONE E LEADERSHIP





PERCORSO VOLTO A MIGLIORARE IL PROCESSO DI INNOVAZIONE

ATTIVITÀ

Il percorso è di 4 giornate, aziendale o interaziendale, al termine del quale sarà rilasciato un attestato di partecipazione.

I moduli possono essere realizzati singolarmente.

**STRATEGIA e ORGANIZZAZIONE
METODOLOGIE E STRUMENTI**

2gg

**CHANGE
MANAGEMENT**

1gg

LEADERSHIP

1gg

2 – Curve del Valore e Modello di Business



Il Paradosso della Value Creation

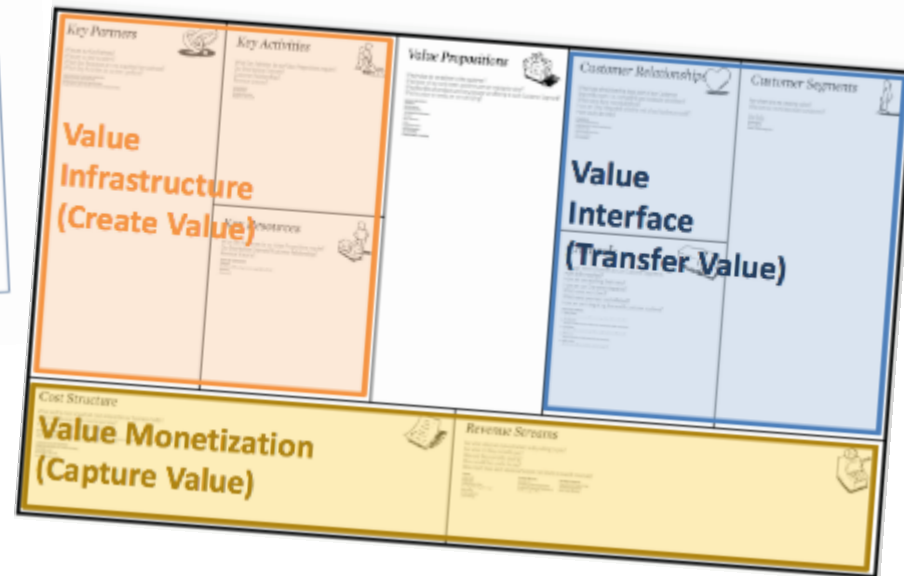
Parte inutile dell'offerta
(valore non apprezzato dal cliente)

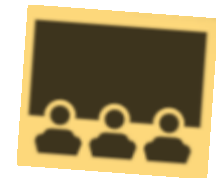
Parte dell'offerta
adatta alle esigenze
(valore riconosciuto)

Parte mancante
nell'offerta
(valore mancante)



Il Business Model Canvas





INNOVARE I MODELLI DI BUSINESS

ATTIVITÀ

Percorso di moduli da due giornate ciascuno, aziendale o interaziendale, al termine dei quali sarà rilasciato un attestato di partecipazione. I moduli possono essere realizzati singolarmente.

CURVE DEL VALORE e
APPLICAZIONI

2gg

IL BUSINESS MODEL CANVAS e
APPLICAZIONI

2gg

3 – Design-Driven Innovation



People



Meaning

Utilitarian – Symbolic – Emotional

WHY?



Solution

Product – Service – Process

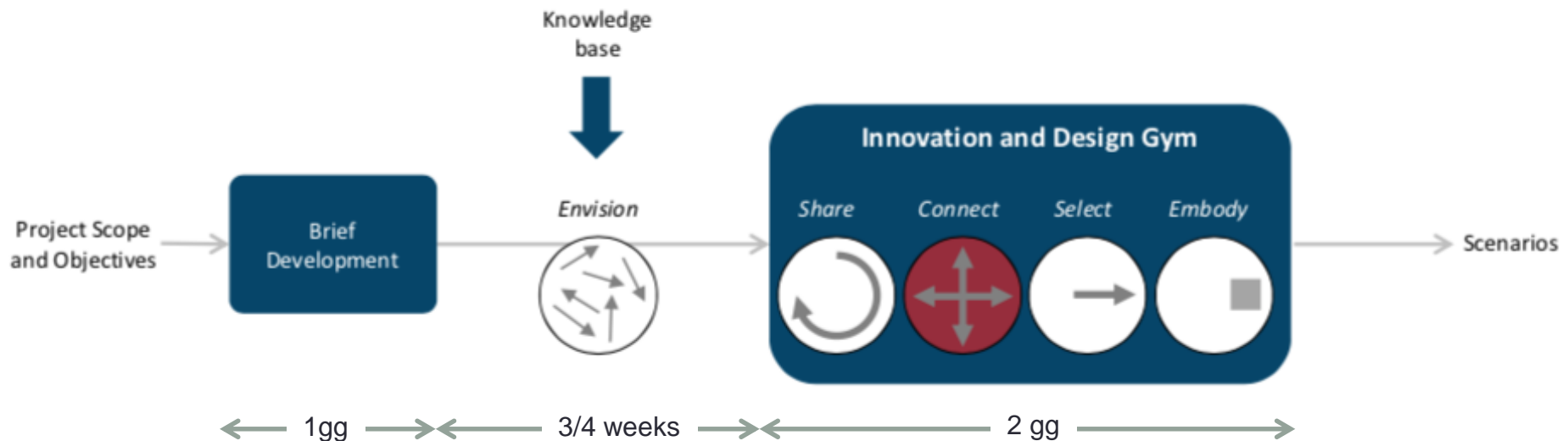
HOW? WHAT?



INNOVARE ATTRAVERSO L'APPROCCIO CRITICO

ATTIVITÀ

Percorso di 3 giornate di aula con 3, 4 settimane di lavoro individuale. Al termine del quale sarà rilasciato un attestato di partecipazione. Il percorso può essere aziendale o interaziendale.



4 – Intellectual Property Rights

Modulo III
Focus brevetto,
strategie e
procedure



Modulo II
IPR come fonte di
Competitive
Intelligence a
supporto delle
strategie aziendali



Modulo I
Innovazione, IPR
& Metodologie e
Strumenti Aziendali per
la Gestione dell'IPR

4 – Intellectual Property Rights

Modulo III

Che cos'è un brevetto? Brevetto o segreto? Quando brevettare? Quali sono i requisiti di brevettabilità? Come proteggere in Italia e all'estero? Quali Strategie di tutela?

Esistono database brevettuali? Dove trovo le informazioni sui brevetti dei miei concorrenti?

Come valorizzo economicamente i miei brevetti? Gli accordi di licensing out...



Modulo II

Quali innovazioni si stanno sviluppando nel mio settore di riferimento?

Che cosa stanno facendo i miei competitor?

Esistono competitor emergenti?

Quali sono i trend? Le nuove tecnologie?

Esistono nuove opportunità di sviluppo per i miei prodotti?

Quale impatto sulle strategie aziendali ed i futuri investimenti?

Modulo I

Come è gestita l'innovazione in azienda?

Esistono prassi/procedure? Sono contemplati i diritti sulla PI?

Come vengono scambiate le informazioni confidenziali con terzi?

Come sono impostate le collaborazioni sui progetti? Quali accordi?

Come può essere protetta l'innovazione? Quali sono i diritti e le private disponibili?



GESTIONE DELLA PROPRIETÀ INTELLETTUALE

ATTIVITÀ

Il percorso è di 4 giornate, aziendale o interaziendale, al termine del quale sarà rilasciato un attestato di partecipazione.

I moduli possono essere realizzati singolarmente.

**INNOVAZIONE, IPR
& METODOLOGIE E
STRUMENTI AZIENDALI PER
LA GESTIONE DELL'IPR**

1gg

**IPR COME FONTE DI
COMPETITIVE INTELLIGENCE
A SUPPORTO DELLE
STRATEGIE AZIENDALI**

1gg

**FOCUS
BREVETTO,
STRATEGIE E
PROCEDURE**

2gg