

Corso - Kurs

Pillola formativa gratuita

1/1799 - BUSINESS INNOVATION E TOC: Come creare valore per ottenere un vantaggio competitivo decisivo

Ente organizzatore - Organisator

CTM – Centro di Tecnologia e Management Srl, Via Macello 57, 39100 Bolzano
Riservato alle aziende associate ad Assoimprenditori Alto Adige

Referente corso: Elisabetta Bartocci (e.bartocci@assoimprenditori.bz.it)

Destinatari - Zielgruppe

Imprenditori, amministratori e membri CDA, Dirigenti di medie e grandi imprese, Managers di funzione con particolare interesse per: Marketing, Vendite, Ricerca e Sviluppo, Supply Chain e Operations, CFO.

Obiettivi - Ziele

Obiettivo è illustrare l'approccio della Theory Of Constraints alla Business Innovation.

L'innovazione non deve essere fine a se stessa.

L'obiettivo è identificare l'innovazione che permette concretamente di **aumentare il valore** per clienti stakeholder, migliorando la redditività aziendale. L'approccio proposto offre un concreto aiuto per uscire dal **Red Ocean** in cui opera l'azienda quando si trova a competere principalmente sul prezzo e sulla continua innovazione/customizzazione di prodotto, in una spirale di continuo rilascio di nuove *feature* che non fanno altro che drenare risorse e profitti lasciando l'azienda nel punto in cui si trova.

Opportunità offerte dalla metodologia

Rendere l'innovazione indipendente dalla creatività individuale perché la metodologia vi insegnerà un processo strutturato e ripetibile.

Ridurre il rischio che l'innovazione non venga recepita dal mercato, ad esempio andando a sviluppare una nuova esperienza di acquisto per il nostro cliente, o per il cliente del nostro cliente, che rimuove le sue limitazioni significative.

Identificare le condizioni per uscire dalla bagarre competitiva basata su promozioni commerciali aggressive o sulla continua aggiunta di nuove specifiche al prodotto, senza che queste risolvano una reale limitazione al cliente.

Evitare di cadere nella **spirale della differenziazione** che crea complessità ma non necessariamente crea valore.

Il fine ultimo è identificare **l'innovazione necessaria e sufficiente** per avvicinarci al **Blue Ocean**, evitando sprechi di risorse in azioni che creano l'illusione di miglioramento ma che erodono solo profitti e lasciano l'azienda nel Red Ocean in cui si trova.

Risultati - Ergebnisse

Acquisite competenze, processi e strumenti pratici per innovare l'approccio al mercato, formulare strategie di crescita e sviluppare nuove idee di business difficilmente copiabili dai competitor.

Potrete migliorare il posizionamento competitivo e cogliere nuove opportunità a beneficio di quote di mercato, vendite e redditività.

Il processo di business innovation può essere applicato non solo per ricercare nuove idee di business, ma anche per fare l'assessment di proposte che possono scaturire da altri processi.

Contenuti - Inhalte

In questo workshop vi faremo conoscere i principi cardine della nuova metodologia di Business Innovation sviluppata dalla Theory of Constraints, illustrandovi le fasi principali di un processo strutturato che copre Value Analysis, Business Modeling ed Execution, che prevede i seguenti tre passi:

- Come ideare la "next big idea"
- Come convertire l'idea in un business di successo
- Come allineare i diversi attori per sostenere l'iniziativa

Docente - Kursleiter

Faletto Sara, Emanuele Strada, Gianluca Davico

Lingua di insegnamento - Unterrichtssprache

Italiano

Durata/calendario/orario - Dauer/Kalender/Stundenplan

14 marzo 2023 dalle ore 17.00 alle 18.00 [on line](#)

Luogo di svolgimento - Abhaltungsort

Piattaforma Assoimprenditori Alto Adige

Termine di iscrizione - Anmeldeschluss

9 marzo 2023

Quota di partecipazione - Teilnahmegebühr

Evento gratuito