



Generare innovazione di valore nelle PMI della via Emilia

Per “mettere a terra” la metodologia, saranno presentati 3 case study (B2C, B2B/C2B) e sarà proposta una esercitazione pratica di business design



Obiettivi

Obiettivo del percorso è aiutare le organizzazioni e progettare una proposta di valore (di prodotto o di servizi) e un più efficace modello di business, disegnati per le nuove e diverse dinamiche di mercato. Si immagini di poter disporre di uno strumento semplice ma potente per ripensare e ridisegnare il proprio business model o per crearne uno al di là del “pantano” dove tutti si scannano a suon di sconti sul prezzo. L’approccio e la semplice metodologia che saranno illustrate, e che si potranno mettere in pratica dal giorno dopo, è già utilizzata da diverse organizzazioni e ha dato la corretta strategia alle più innovative start-up e PMI.

Argomenti

Vision&Strategy

- Le mosse strategiche
- Le mappe del valore
- Intercettare i segnali deboli dei trend

Generare una proposta di valore con la semplice metodologia “Value Proposition Design” basata sul Design Thinking

- Mapping – creare le mappe della proposta di valore
- Design – disegnare la proposta di valore
- Engagement – verificare la proposta di valore

Trasferire la proposta di valore nel modello di business con la semplice metodologia “Business Model Design”

- Le domande strategiche
- I pattern di riferimento
- Testare in “trincea” con la metodologia “Learning Agile”

DURATA TOTALE:
15 ore

**NUMERO
PARTECIPANTI:**
8

CALENDARIO:
dal: 26/10/2022
al : 30/11/2022

**TERMINE
ISCRIZIONI:**
21/10/2022

**MODALITÀ DI
SVOLGIMENTO:**
WEBINAR

**REFERENTE DEL
CORSO:**
Paola Gnutti cell 346
1513178
paola.gnutti@formart.it

**QUOTA DI
PARTECIPAZIONE:**
230.00 € + IVA

Il corso sarà realizzato solo al raggiungimento del numero minimo di iscritti.
Le date potrebbero subire variazioni.



Marketing & Sales Model Design

- Disegnare con la metodologia del design thinking la corretta strategia di marketing per portare il valore dell'innovazione sul mercato
- Identificare le persone a cui la nostra "unique value proposition" trasferisce valore (buyer persona, user persona, influencer)
- Capire il posizionamento dei competitor
- In cosa consiste il nostro vantaggio competitivo
- Con quali tagli differenzianti, su quali canali (punti di contatto coerenti con il customer journey)
- Quali saranno le strategie commerciali
- Quale sarà il strategy pricing
- Come misurare i ritorni/fattori di successo (KPI)
- Come misurare il valore del parco clienti, puntuale e prospettico.
- Il "conto economico" del marketing

Come organizzare il percorso

- Il team per l'innovazione
- Definire l'obiettivo di innovazione
- Liberarsi delle vecchie idee
- Generare idee: fase divergente
- Selezionare idee: fase convergente
- Test & Learning
- Realizzare l'idea
- Lanciare l'idea

Laboratorio

- Illustrazione di un business case pratico
- Esercitazione su una idea di Business pratica
- Confronto sui risultati

Destinatari

Imprenditori, responsabili marketing, responsabili commerciali, responsabile customer care, responsabili R&D, manager che hanno la consapevolezza dell'urgenza del cambiamento e dell'innovazione.

Calendario

Dal 26 ottobre al 30 novembre il mercoledì dalle 17.00 alle 19.30

Docenti

Gianni Previdi: Dagli anni ottanta ha fondato e diretto diverse società di consulenza. Attualmente è trainer e coach sui temi dell'innovazione di valore, docente della Business School Palo Alto Milano, autore di diverse pubblicazioni tra le quali "Innovation Now" del 2020. Componente del GdG e d'indirizzo del CLEMI, il corso di laurea in Economia e Marketing Internazionale presso il Dipartimento di Economia Marco Biagi dell'Università di Modena-Reggio Emilia.



FORMart sede di PARMA, Via Paradigna, 63/A 43122 Parma
T. 0521-777711 - info.parma@formart.it - www.formart.it



Cercaci su

