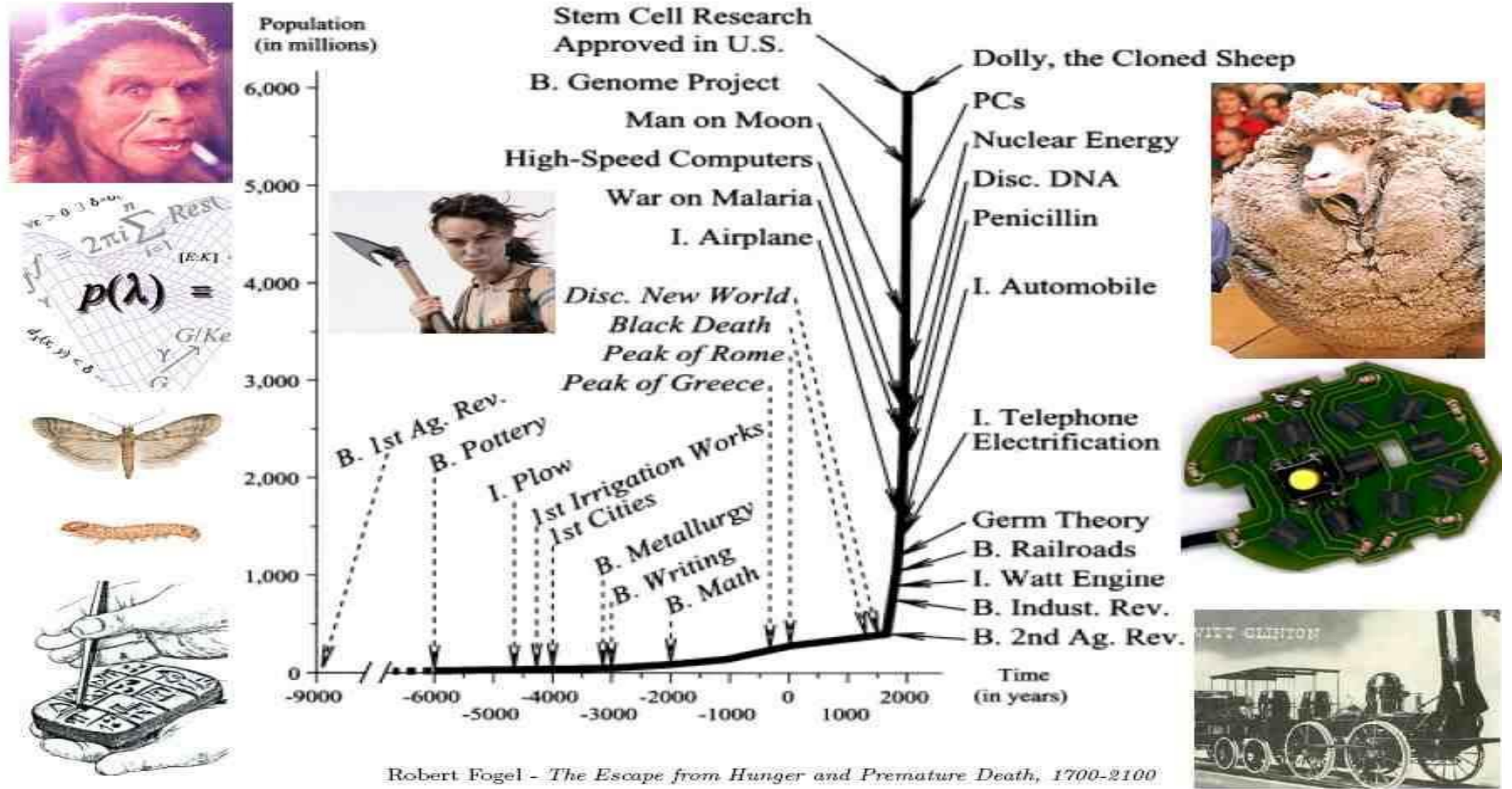


INNOVAZIONE TOTALE



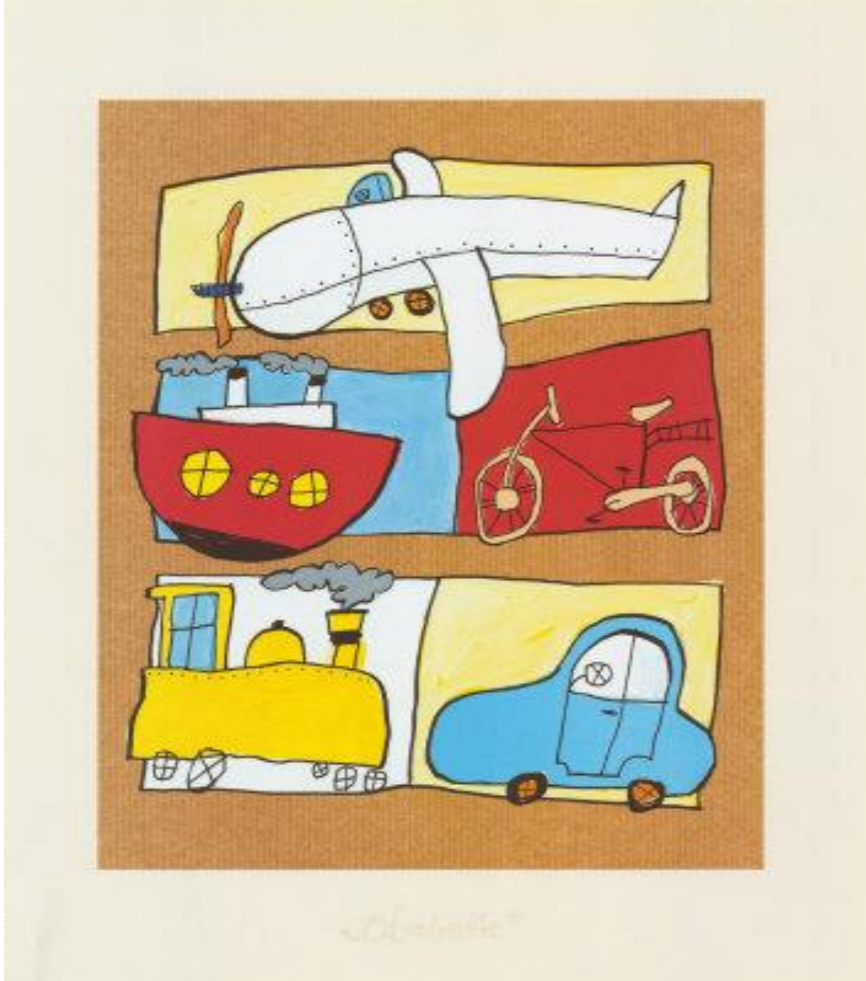
Forte Accelerazione Cambiamento



Robert Fogel - *The Escape from Hunger and Premature Death, 1700-2100*



TRASPORTI



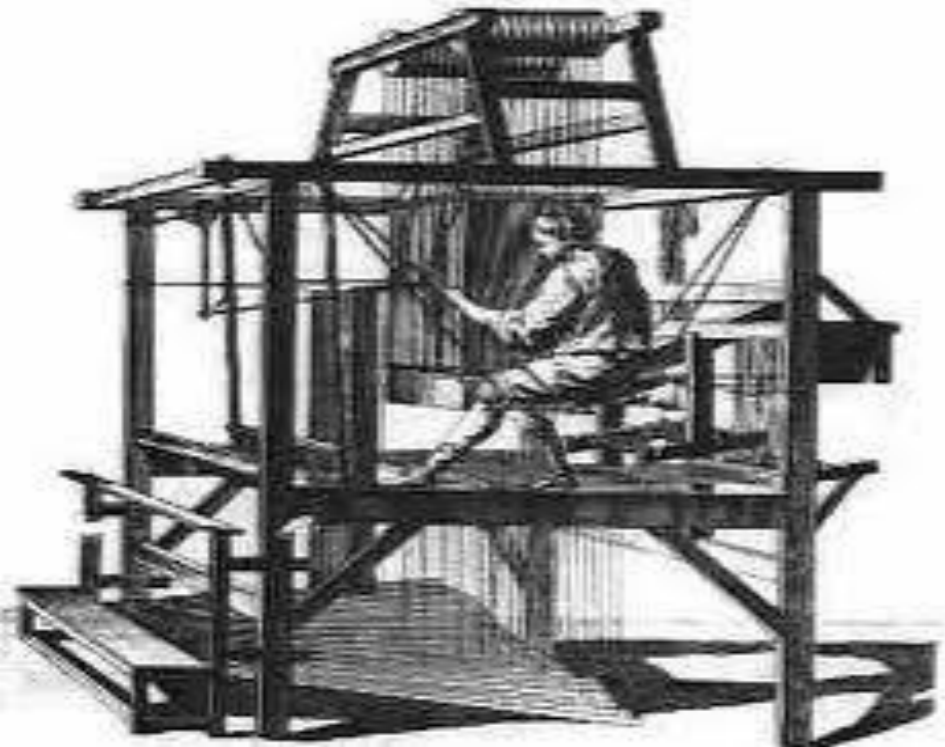
Velocità dei “veicoli”:

-6.000 Cammelli	=	8 km/h
1785 Carrozza	=	10 km/h
1825 Motore a Vapore	=	20 km/h
1925 Motore a Scoppio	=	150 km/h
1940 Jet	=	650 km/h
1960 Missile	=	3000 km/h

**8.000 anni per aumentare
la velocità di 2 km/ora**



GENERAZIONI



da

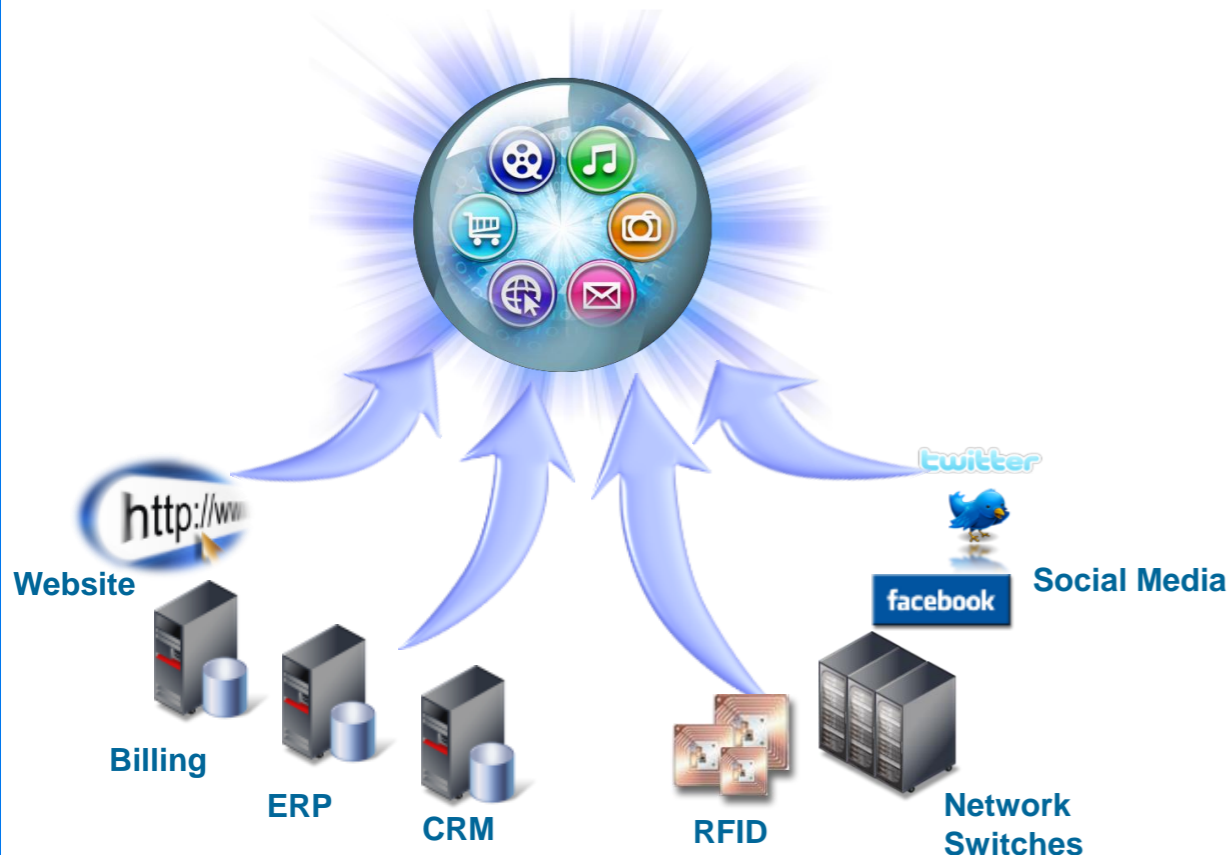
**3:1 = 3 generazioni
nella stessa impresa**

a

**1:3 = 1 generazione passa per 3
imprese diverse**



BIG DATA



Col termine "**Big Data**" si intendono enormi base dati che hanno tre caratteristiche peculiari: volume, velocità, varietà.

- **Volume:** nel senso di ingenti quantitativi di dati non gestibili con i database tradizionali
- **Velocità:** dati che affluiscono in tempo reale
- **Varietà:** ossia dati di diversa natura, non strutturati come testi, audio, video, click, segnali provenienti da RFID, cellulari, sensori, transazioni commerciali di vario genere.

Dai terabyte ai petabyte e cominciamo con gli exabyte al giorno



SOCIAL NETWORK



1 B Facebook

517 M Twitter

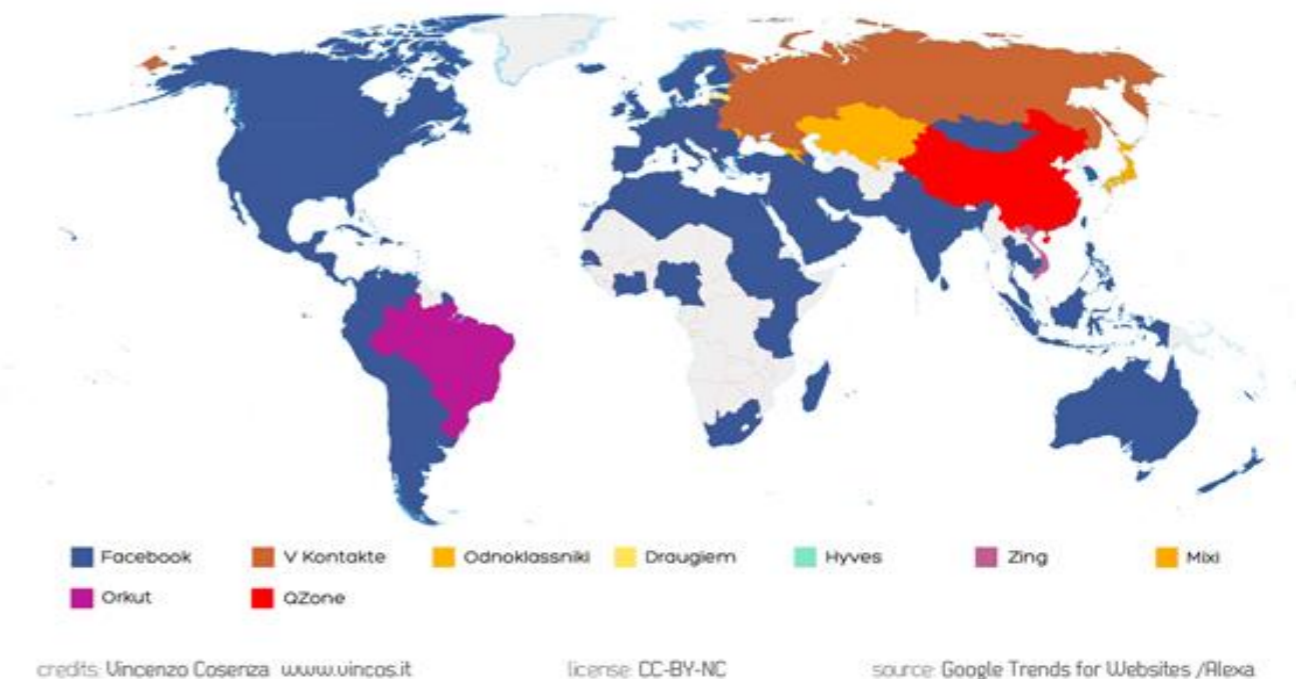
175 M LinkedIn

85 M MySpace

64 M Bebo

1,841 Miliardi

WORLD MAP OF SOCIAL NETWORKS June 2011

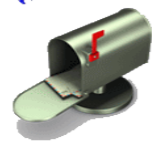


28 M in Italia
275 M in Europa



mandano

ca 200
miliardi di mail



effettuano

3,9+
miliardi di ricerche



guardano

7,8+
miliardi di video



inviano

ca 690
milioni di tweets



caricano

ca 125
milioni di foto



fanno

ca 136
milioni di call con skype



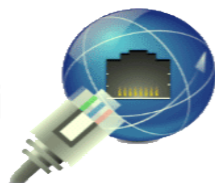
pubblicano

ca 4
milioni di post sui blog



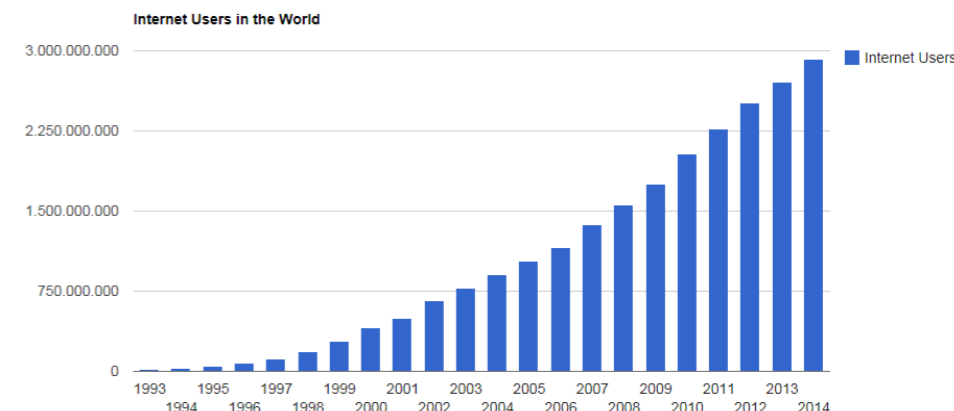
registrano

ca 6
milioni di nuovi domini



**In un giorno
qualunque**

Internet user (01/10/2014) : **3.004.748.816**

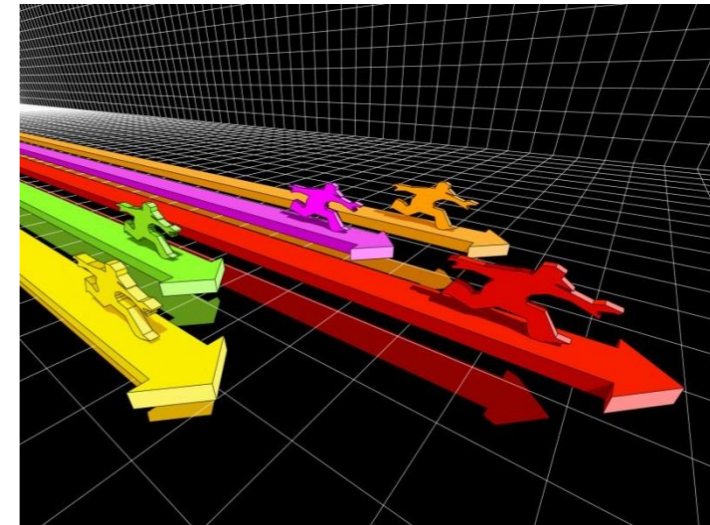
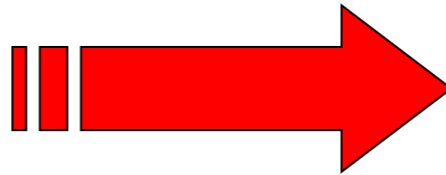


La nuova generazione di imprenditori è già in rete!

64 miliardi
al giorno



NON E' IL CAMBIAMENTO



**MA LA SUA
VELOCITA'**



CRISI O EVOLUZIONE?



Subprime

Euro

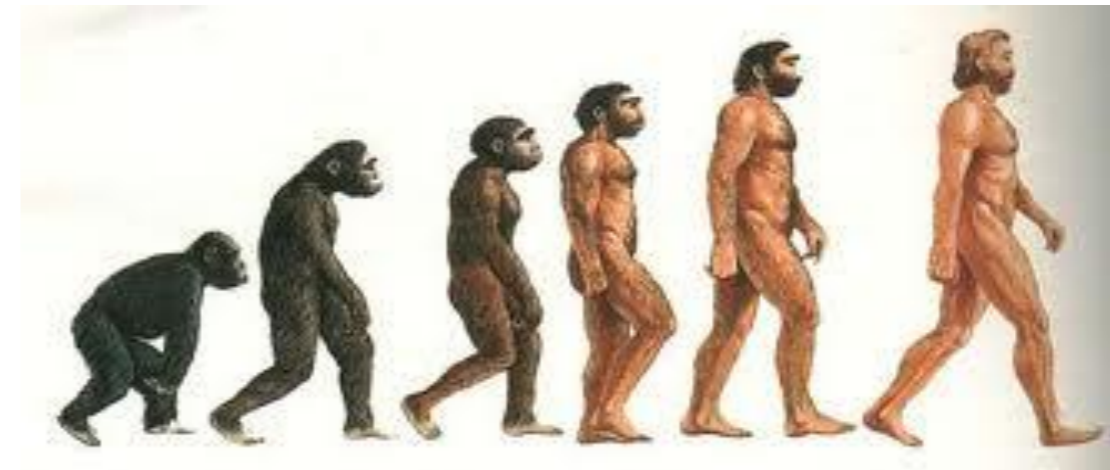
Società di rating

Generazionale

Primavera Araba

.....

**.. oppure continue scosse di
assestamento per un nuovo
modo di vivere e di fare
business?**



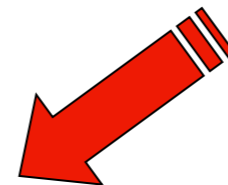
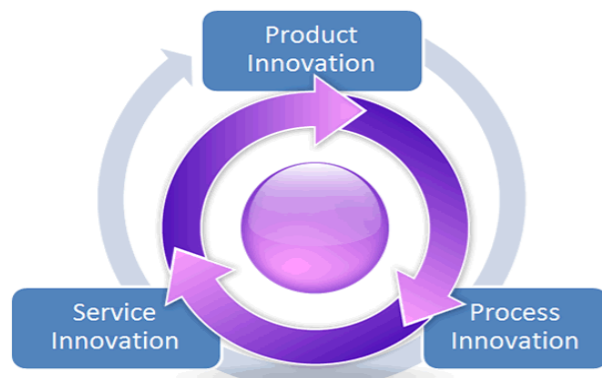
EVOLUZIONE CONTINUA



Se la crisi è continua



...l'evoluzione delle imprese deve essere continua..



...l' **innovazione** diventare un **processo**



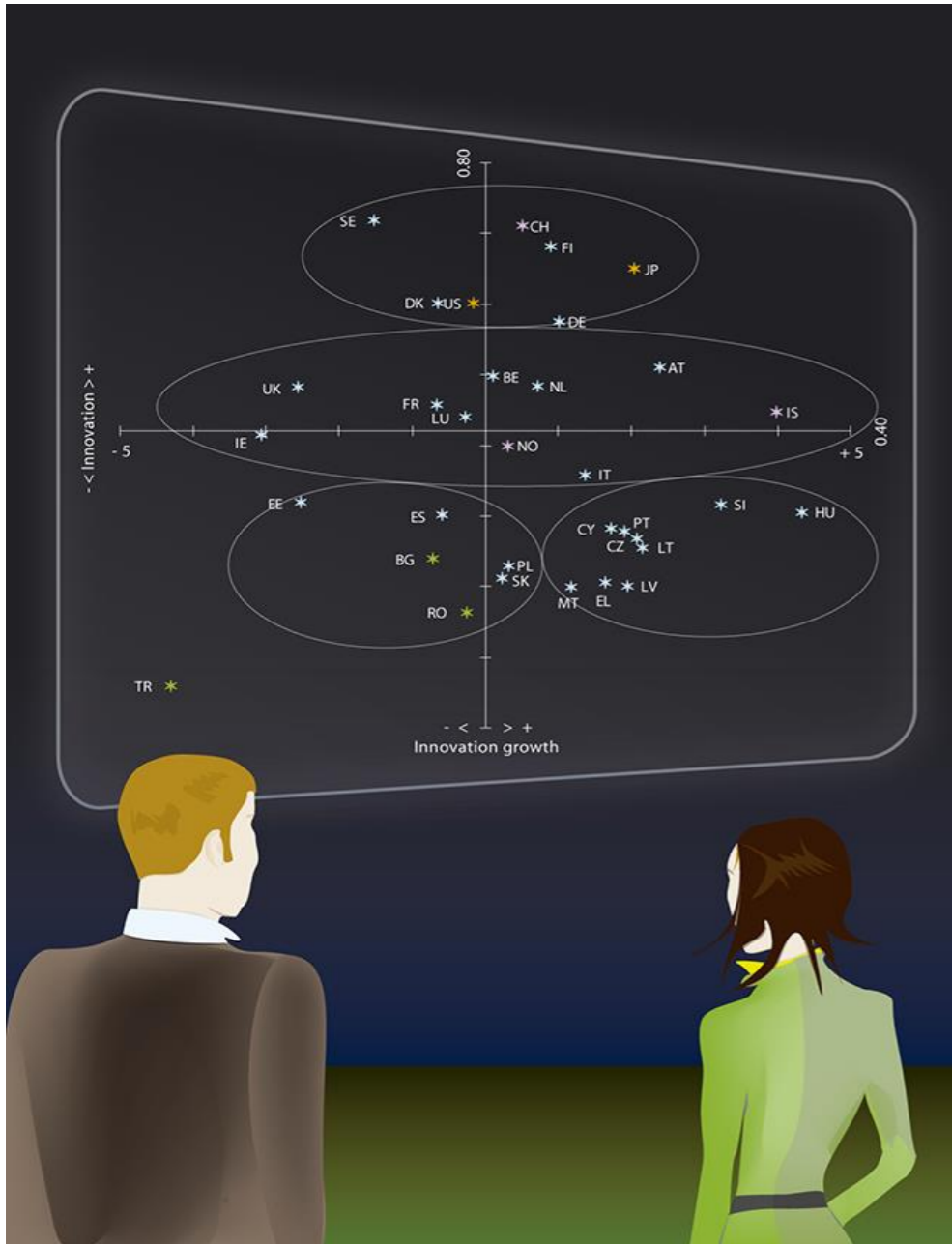
Manager di Rete....



...parliamo di Innovazione



INNOVAZIONE



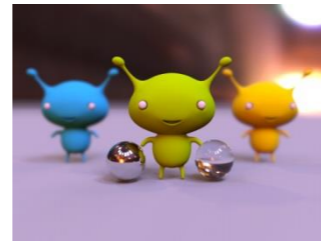
Nella Vendita



Nei Prodotti



Nella Organizzazione



Nelle Persone

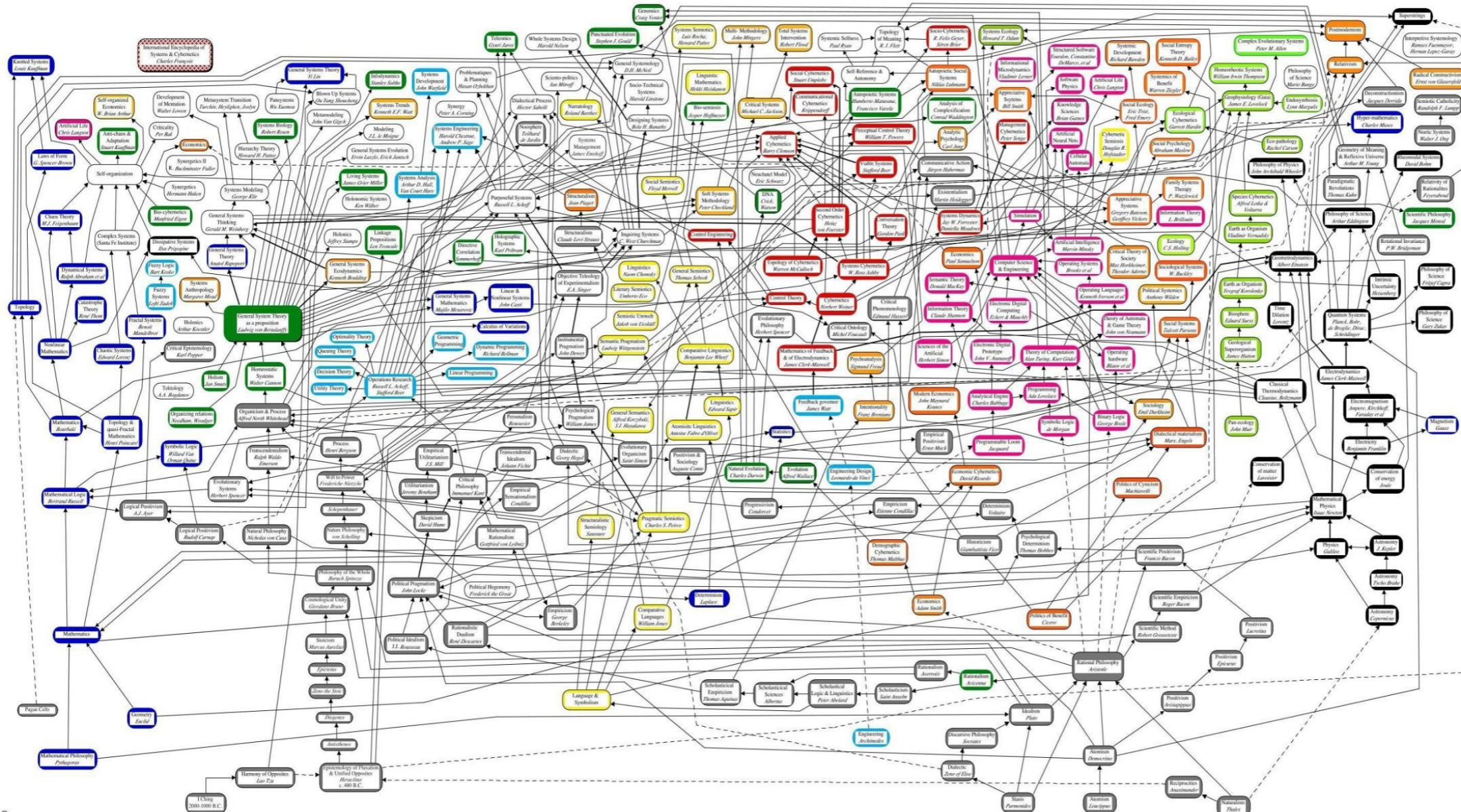


Nei Mercati



Nei Processi





Cosa Vogliono i Clienti

Gestione dell'ordine
(ITO: Inquiry To Order)



Gestione della Produzione/Consegna
(OTD: Order To Delivery)

Gestione Pagamenti
(OTR: Order To remittance)

Fornitori



Acquisiti



Produzione



Marketing



Vendite



Cliente



Disconnessione!



La risposta alle esigenze dei clienti sono racchiuse in 3 processi solamente!



1

- Che le loro richieste/informazioni siano ben gestite
- Che le offerte siano inviate in tempo e preparate con cura
- Che gli ordini siano ricevuti e confermati correttamente



ITO

- Vendite Dirette
- Vendite Indirette
- Marketing Operativo
- Supporto Vendite
- Finance per le Vendite
- Legale per le Vendite
- Marketing Communication
- Customer Care

- Technical Design
- Produzione
- Acquisti (MPR)
- Gestione magazzino
- Trasporti

OTD



- Prodotti/servizi siano realizzati con cura e in conformità con le specifiche
- Siano immagazzinati e spediti nei tempi concordati

2

3

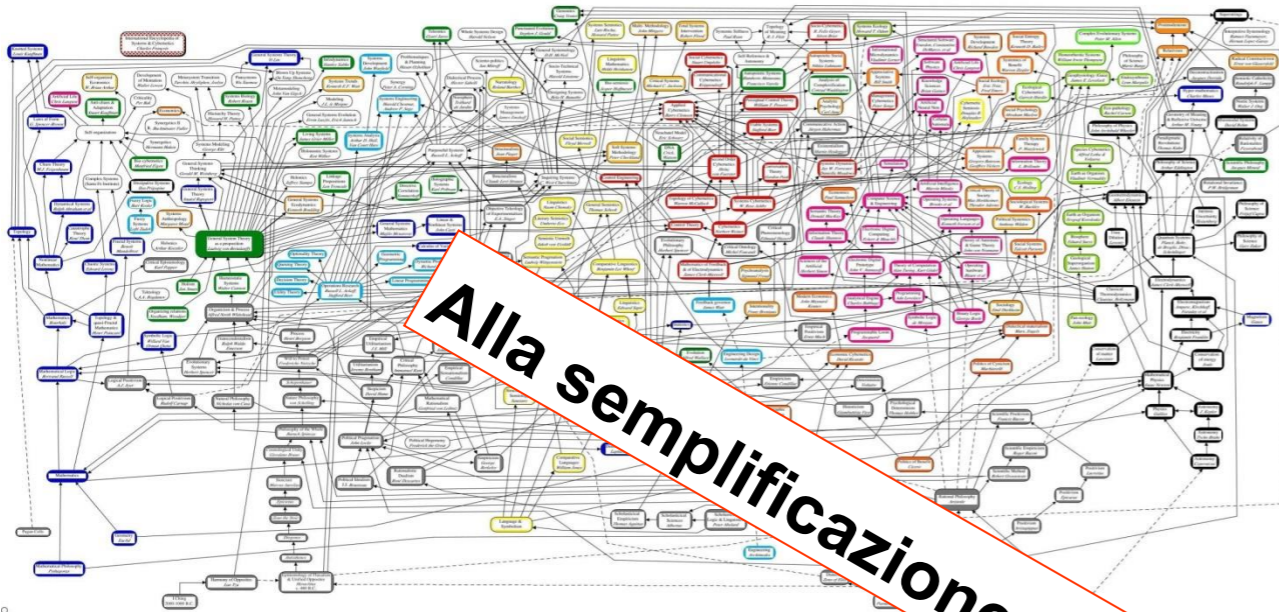
- Installati e funzionanti
- Che fatture e pagamenti siano eseguiti secondo gli accordi



DTR

- Budget
- Finance
- Acquisti (MRO)
- Credit Collection





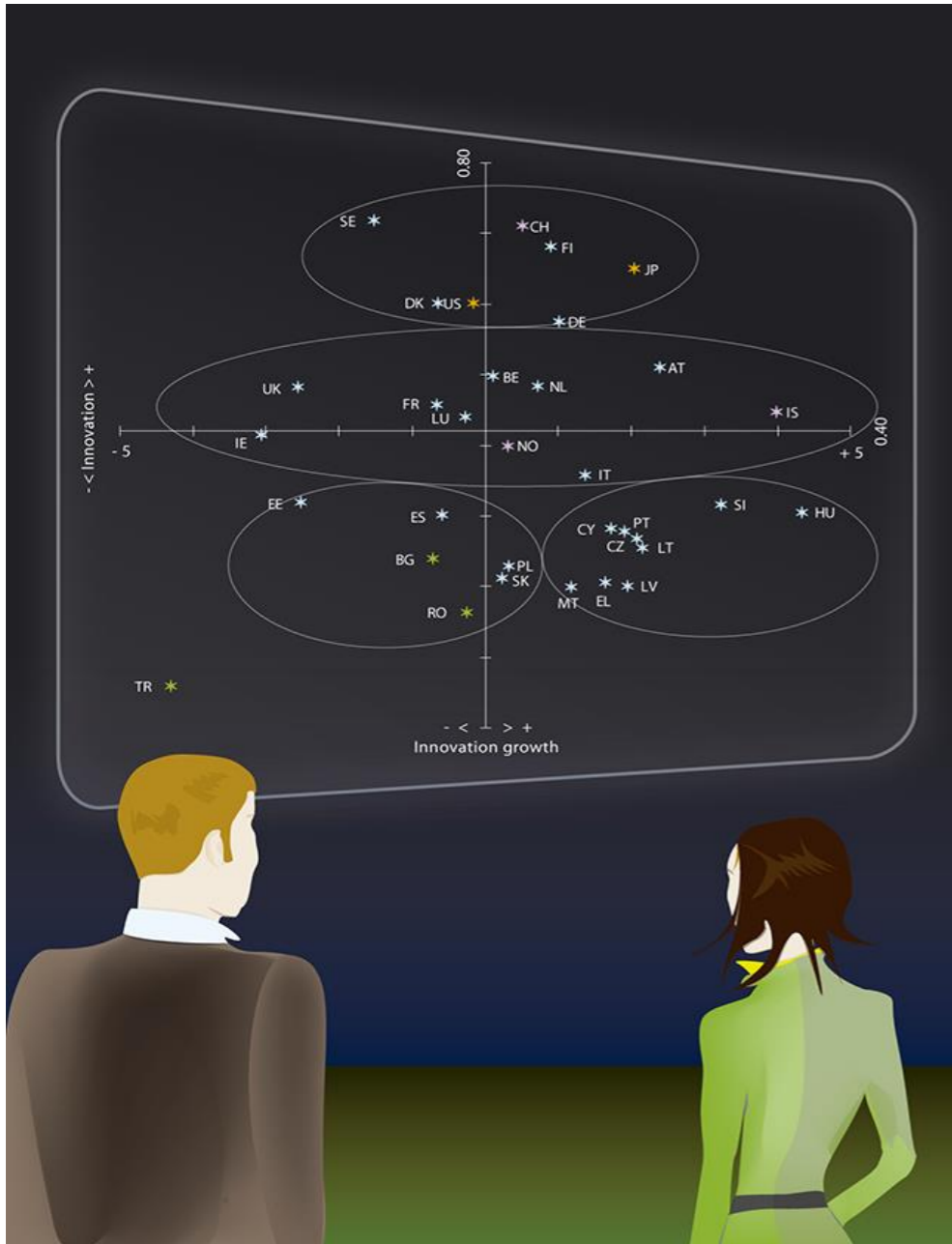
Alla semplificazione organizzativa

Dalla complessità crescente

***3 Processi
3 Manager
90% sotto controllo***



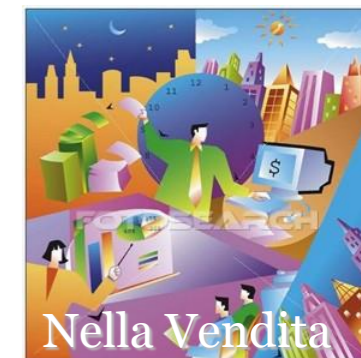
INNOVAZIONE



**Nella
Vendita**



COMMERCIALE



ESEMPIO. Vendita di un sistema di e-commerce di abbigliamento:

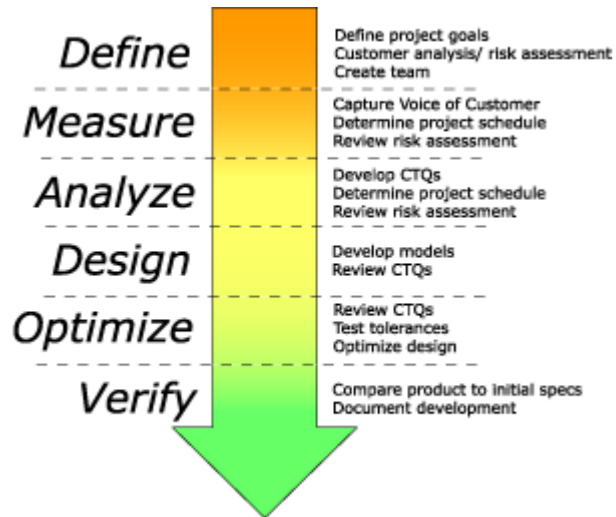
80% del costo alla stipula del contratto
 + **20%** al raggiungimento del 100% dei KPI nei 6 mesi
 + **20%** in più al raggiungimento del 120% dei KPI



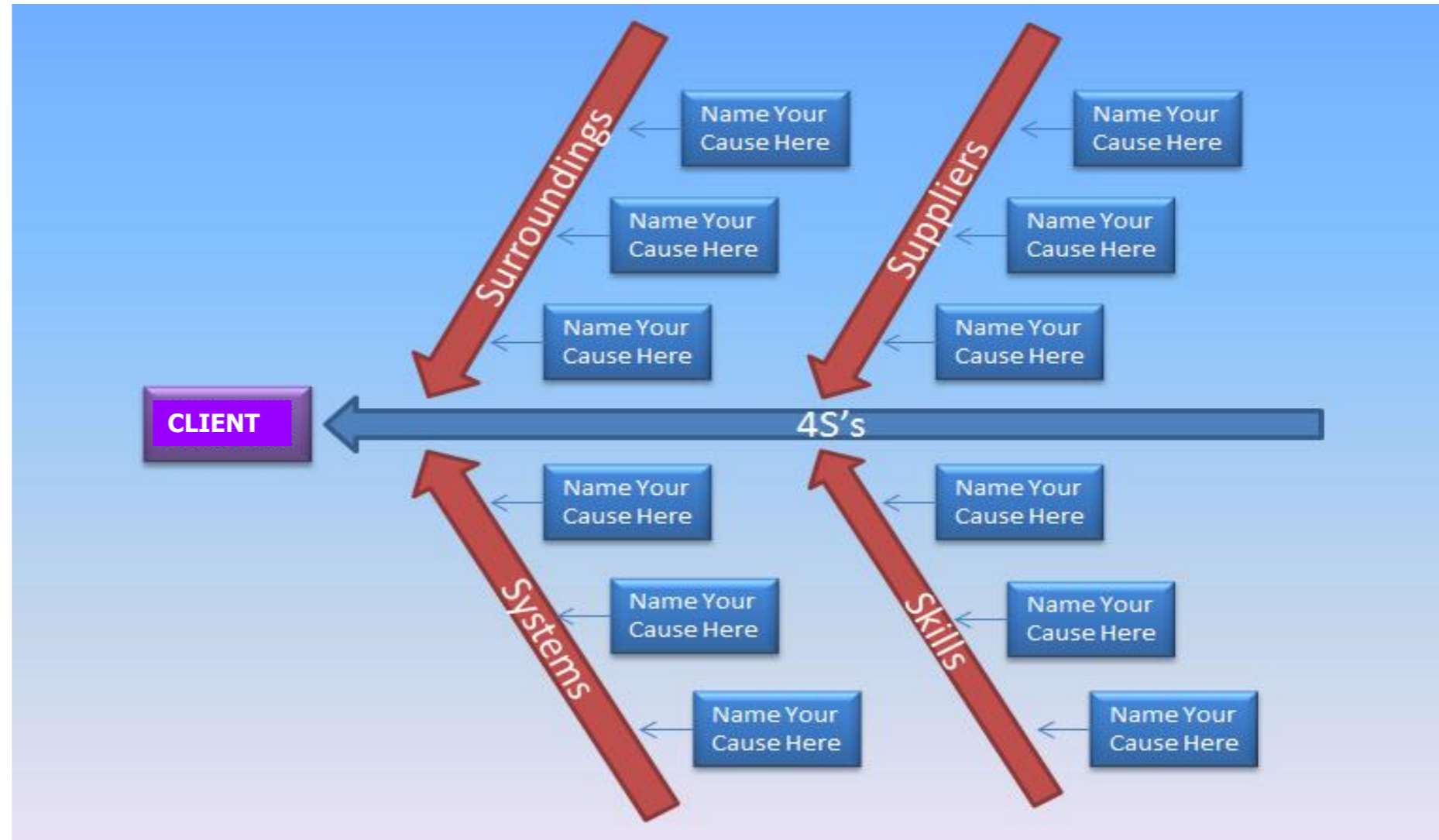
KPI	DEFINIZIONE	OBIETTIVO	TEMPISTICA
Utenti	Numero di nuovi iscritti alla newsletter	Aumento del 20%	6 mesi dall'inizio della nuova strategia
Conversion rate	Numero di conversioni / numero di accessi	Aumento del 15%	
Ordini	Numero degli ordini portati a termine e consegnati	Aumento del 15%	
Fatturato medio per utente	Fatturato complessivo / numero di utenti	Aumento del 10%	



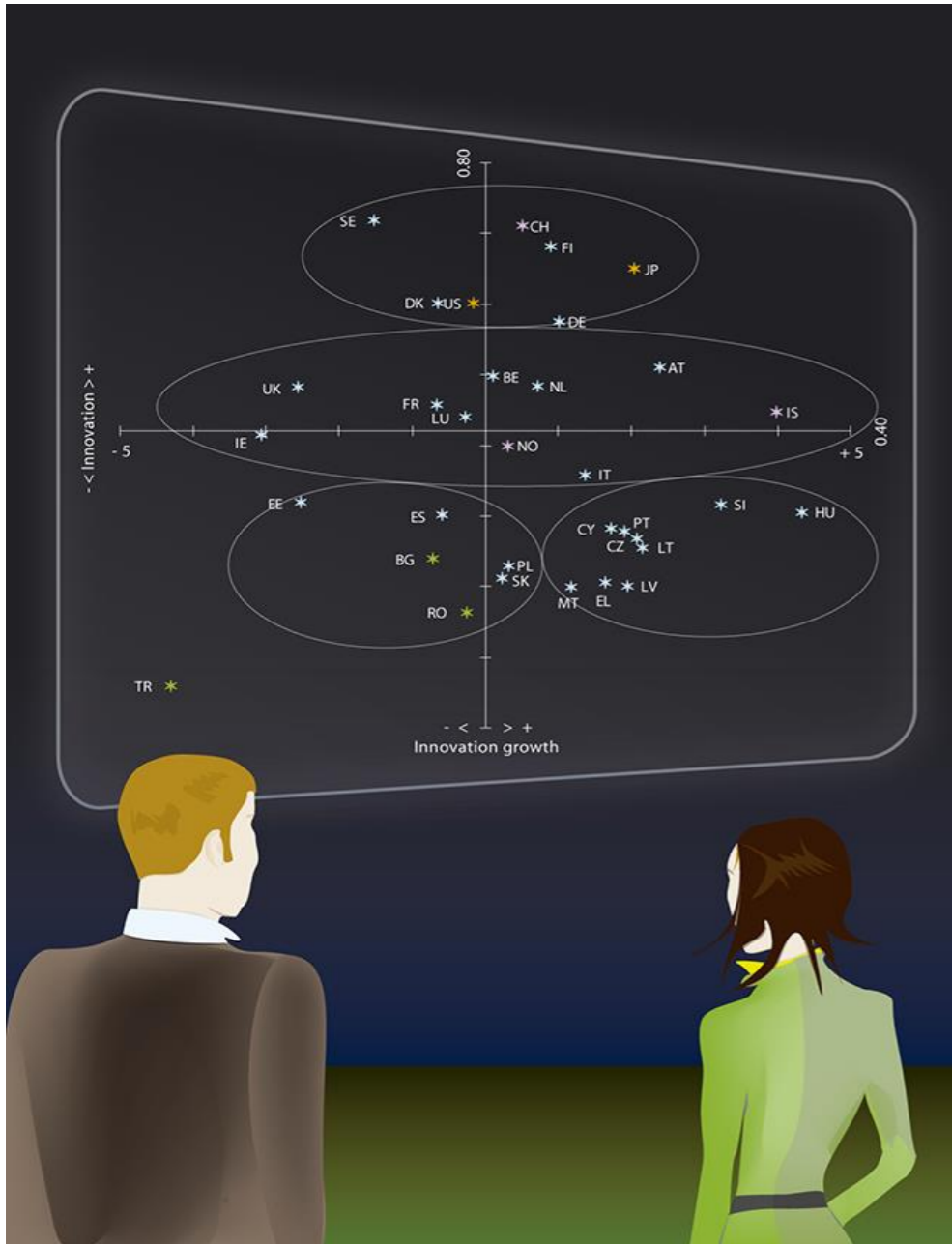
DI QUALITA'



SIX SIGMA



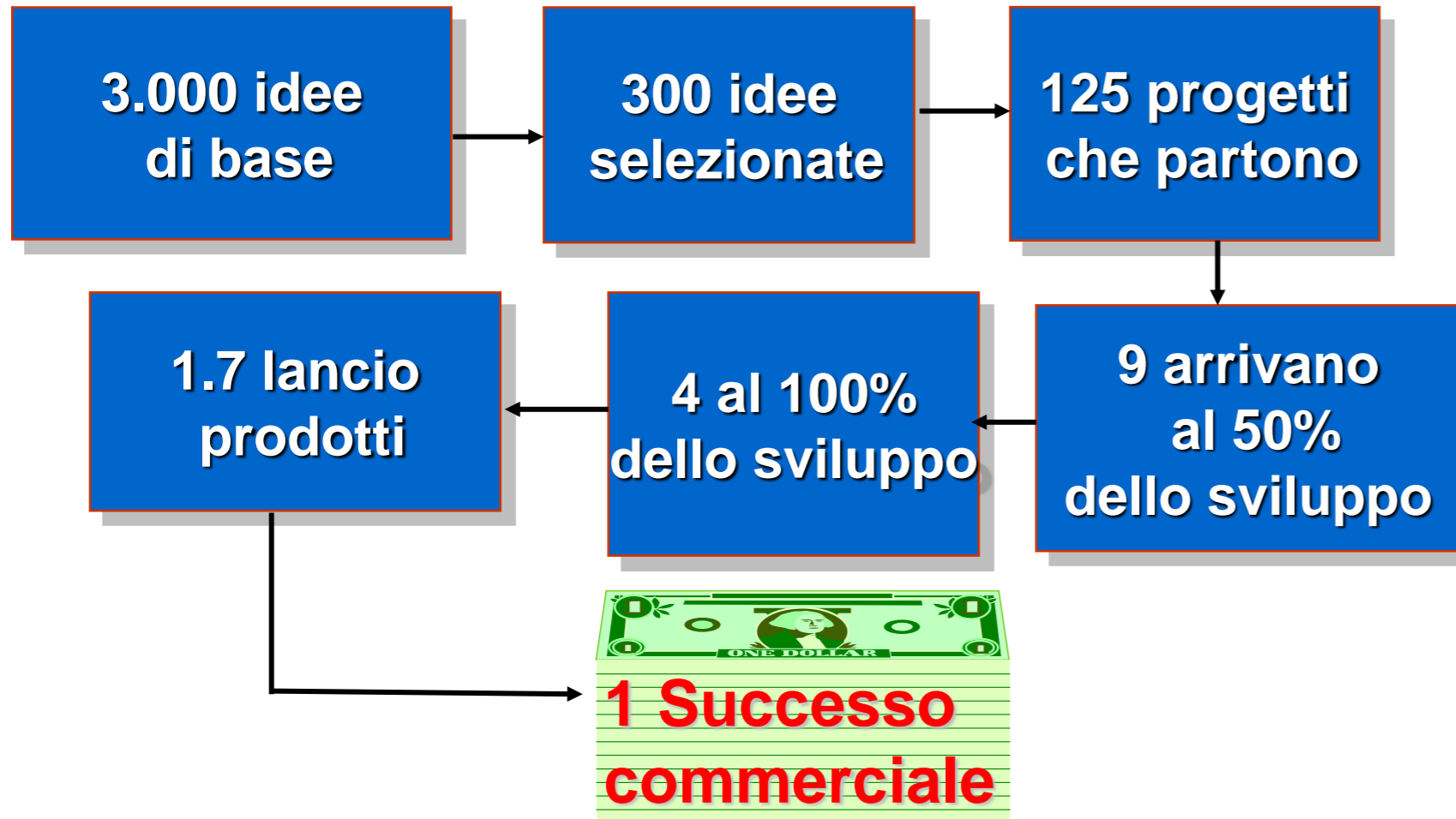
INNOVAZIONE



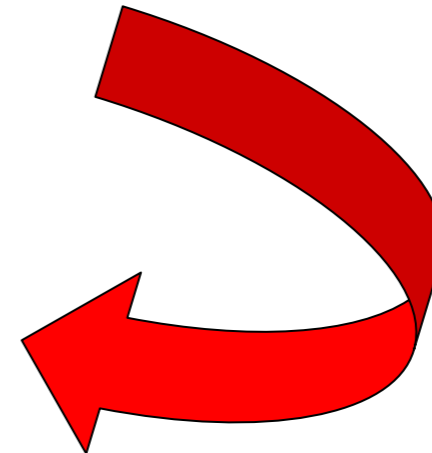
**Nei
Prodotti**



PRODOTTI



**Tasso di successo
per un prodotto
Nuovo**



Matrice della Familiarità



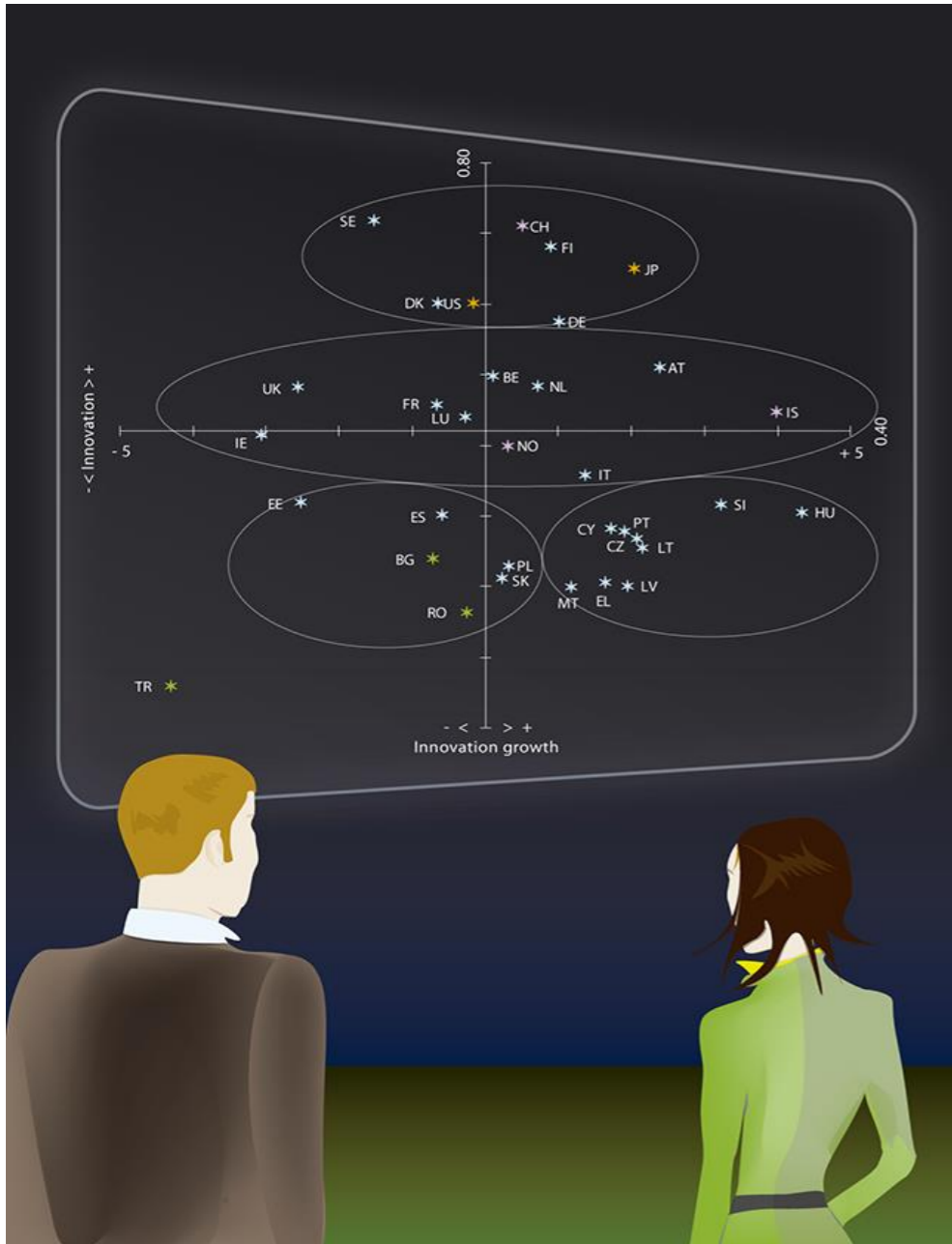
Conoscenza decrescente del
Mercato

Prodotto Esistente Nuovo Mercato 15%	Nuovo Prodotto Nuovo Mercato 5%
Prodotto Migliorato Mercato Esistente 75%	Nuovo Prodotto Mercato Esistente 50%

Conoscenza decrescente della Tecnologia



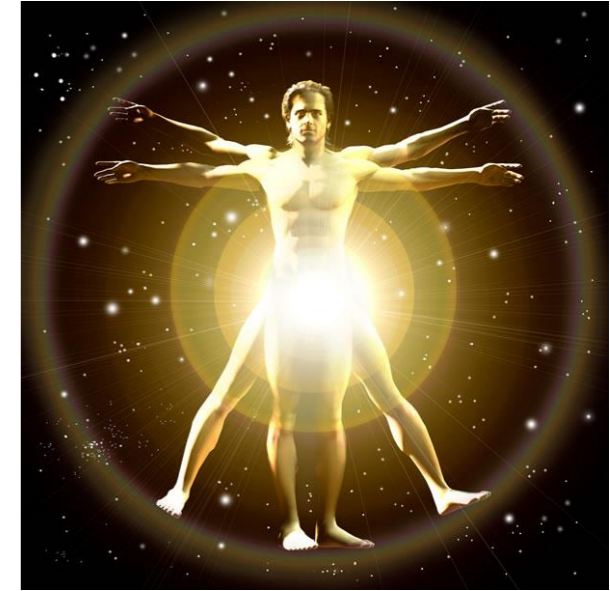
INNOVAZIONE



**Nelle
Persone**



Cambiamento come OPPORTUNITA'



da Imprenditore a Manager

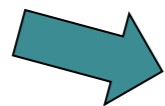
da Dirigente a Conduttore

da Impiegato a Socio

Funzioni/Carriere

Teoria Deterministica (Quanti)

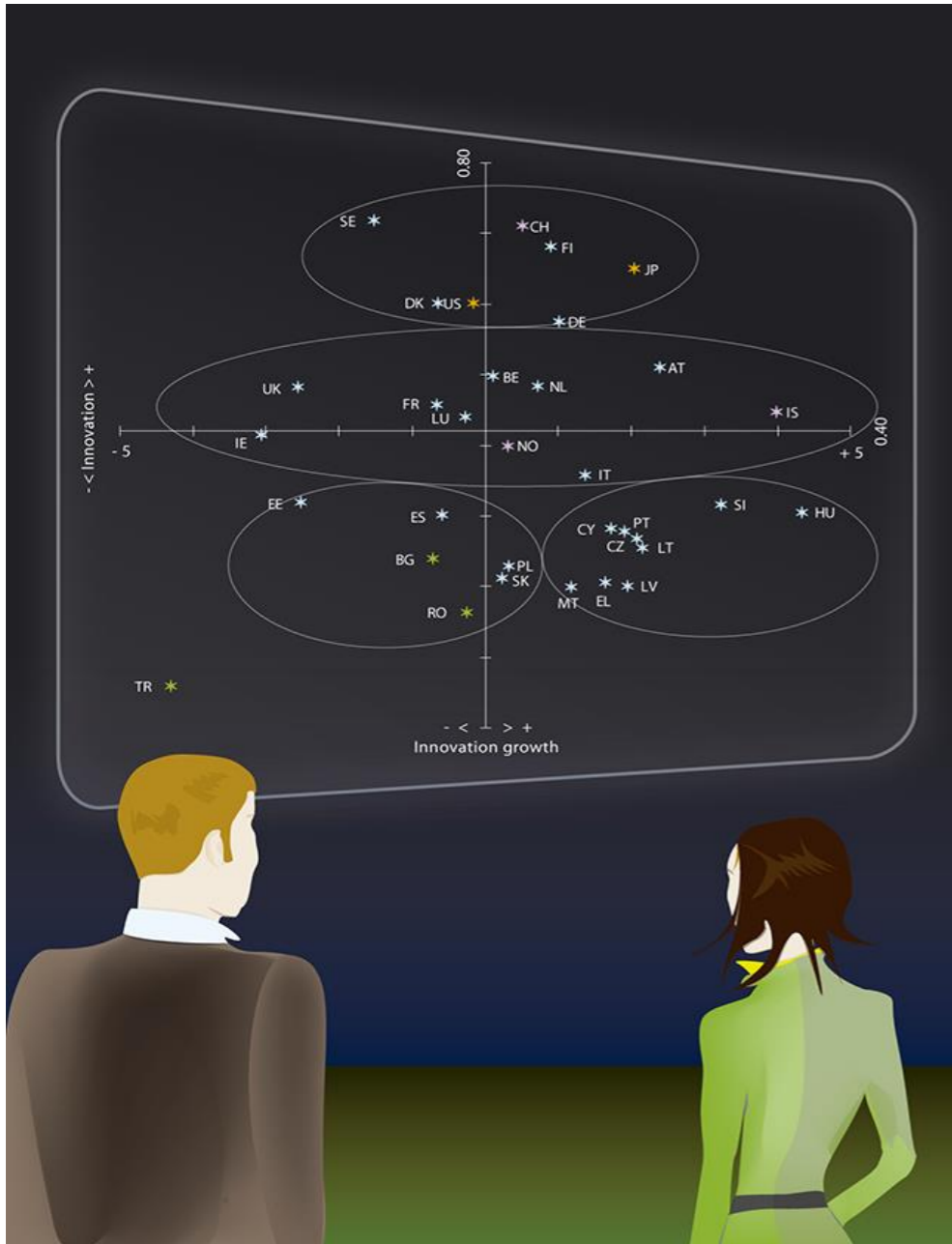
da Operaio a Partner



Teoria Probabilistica (%)



INNOVAZIONE



Nei Mercati



vantaggi dell'internazionalizzazione sulle imprese italiane in %



fonte: Sole24Ore

**Da Agenti/Distributori =>
Venditori Esteri in
Outsourcing**

**Concorrenti esteri come
partner per allargamento
portafoglio**

**Presenza estera in co-
selling (aggregazione di
imprese)**



Manager di Rete...



...parliamo di Internazionalizzazione



ANCORA UNA OPPORTUNITA'



L'immagine del **Made in Italy** possiede un interessante appeal sui mercati esteri

- Nel 2011 l'export italiano ha **superato**, in valore, i massimi pre-crisi
- Per la prima volta dopo dieci anni nel 2012 bilancia commerciale con un **surplus** di **+8 MM**
- La crisi ha impresso una selezione creando spazi per nuove sperimentazioni in settori
 - o chimica
 - o farmaceutica
 - o l'impiantistica
 - o generazione di energie alternative
- Investimenti diretti all'estero presentano una dinamica favorevole (2011 è pari a 42,5 miliardi¹², in **crescita** rispetto al 2009 e al 2010).



MEGLIO SE AGGREGATI



Le aggregazioni delle imprese **attutiscono gli effetti negativi** del prolungamento della crisi, confermando la presenza di un impatto positivo su alcune principali variabili aziendali:

- più presenti all'estero con attività di export (**45%** dei casi a fronte del **25,2%** dei competitor non coinvolti)
- partecipate estere (**9,7%** contro **3,9%**)
- più *innovative oriented* mostrando una maggiore propensione a brevettare (**14,8%** dei casi a fronte di **5,3%**)





OSTACOLI ALL' INTERNAZIONALIZZAZIONE



	1 Riduzione oneri amministrativi	2 Date di entrata in vigore comuni	3 Small Business Act	4 Sgravi fiscali ad hoc	5 Società Privata europea	6 Sostegno al venture capital	7 Politiche anti-crisi economica	8 Politiche per la Innovazione	9 Politiche per i distretti	10 Sostegno alla imprenditorialità
Additività										
Coerenza										
Semplicità										s.v.
Diffusione e pubblicità										
Costanza		s.v.								
Specificità		s.v.								
Non Distorsività										



Ne deriva che il



Manager di Rete..



Le Doti

- 1) **Conoscenza strumenti business di base semplificati**
(BusPlan, Budget, Controllo di Gestione, Logistica, Conto Economico, Internet)
- 2) **Facilità di relazione – simpatia**
(una rete vive con amicizia e reciproca fiducia)
- 3) **Problem solving**
(molta pazienza e capacità di mediazione)
- 4) **La parte proattiva della aggregazione**
(push, push, push..)
- 5) **Gestione del consenso del gruppo**
(es. work-shop)
- 6) **Facilitatore, mai decisore**
- 7) **Fund raising (bandi, JV, Private Equity, etc.)**
- 8) **Selezione/gestione dei progetti compatibili col gruppo**



I Compiti



- ❖1. Mantenere alta la **sensibilizzazione** delle Imprese in merito ai principi di aggregazione;
- ❖2. Tenere monitorate continuamente le caratteristiche distintive delle singole imprese, i punti di forza **e di debolezza**, misurando al tempo stesso il grado di coinvolgimento, disponibilità alla collaborazione e la lealtà;
- ❖3. Avere un approccio per la **semplificazione** e l'ottimizzazione;
- ❖4. Progettare ed implementare i processi e le procedure della collaborazione (moduli), attraverso la formalizzazione di un regolamento operativo e di **norme comportamentali**, che devono essere approvati da tutti i partecipanti alla Rete;
- ❖5. Tradurre i processi e tutte le procedure in moduli suddivisi per sottoprocessi, esplicabili in **operazioni elementari** applicabili ai software gestionali (Modulo Costi, Rendicontazione, Commessa di Vendita, Fatturazione, ecc...);
- ❖6. Implementare un **Sistema Integrato**, attraverso l'ordinamento e il coordinamento dei singoli moduli elementari, in funzione delle procedure da attivare di volta in volta.
- ❖7. Impostare un sistema di monitoraggio e di **misurazione delle prestazioni** delle singole Imprese e della Rete in funzione degli obiettivi prefissati; inoltre, le singole Imprese dovranno essere in grado anche di auto valutarsi, in modo oggettivo, in qualsiasi momento.



Le 4 P di Kotler

- ❖ **Partner** : più che un **professionista** asettico, deve essere un **partner**, un amico. Nel mondo delle MPMI la relazione tra le persone è di fondamentale importanza. è più importante di qualunque altra professionalità. Se non c'è amicizia e reciproca fiducia, la Rete non funzionerà.
- ❖ **People** : deve essere un **conoscitore di persone** in modo da gestire le riunioni decisionali della Rete in maniera veloce e proficua, attenuando le personalità dominanti e incoraggiando la presentazione di idee ed opinioni da tutti i componenti della Rete
- ❖ **Problem** : deve avere la capacità di **individuare** ed anticipare le **criticità** che in maniera naturale sorgono nella gestione di imprese, spesso diverse non solo nelle attività di business ma anche nella cultura, nel territorio e nella personale storia lavorativa
- ❖ **Promotion** : deve essere il **venditore** della rete nei confronti delle realtà locali per inserire la rete in un tessuto connettivo territoriale più ricco e proficuo (Università, Camere di Commercio, Amministrazioni locali etc.)



1) Comportamentali:

Linguaggio compatibile, approccio peere-to-peer, sporcarsi le mani, rispetto

2) Strumenti semplificati per dimostrare competenza di business :

- . SWOT = NO
- . BusinessPlan/Budget = NO subito
- . Conto Economico riclassificato = SI
- . Puntare sulla crescita di fatturato = vera nel 90% dei casi
- . Proporre partenze semplici ed economiche (condivisione buone pratiche, etc.)

3) Micro Progetti: es. seguire la road-map indicata

4) Pensare/Operare in grande in parallelo:

- . Nuovi Mercati
- . Nuovi Prodotti
- . Nuovi Processi

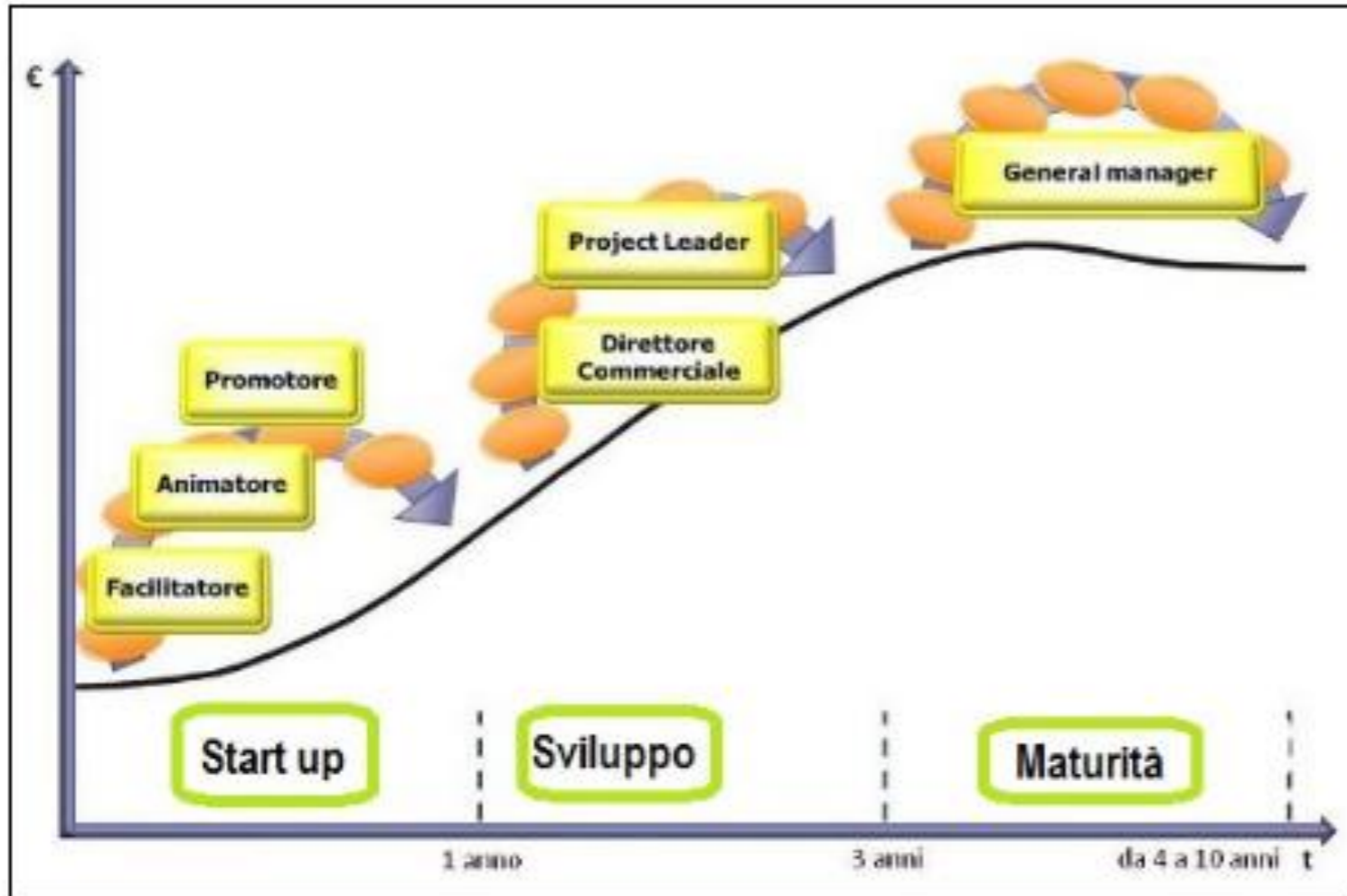
5) Trovare alleati

- . Associazioni di categoria
- . CCIAA
- . Università

STRUMENTI



Possibile Sviluppo



Key Points



Esperienza maturata



INNOVAZIONE = VIA OBBLIGATA

L'innovazione a 360° è la strada a senso unico da perseguire.

Se il cambiamento è più veloce della velocità di cambiamento delle imprese, rimangono indietro e soccombono.

L'innovazione è lo strumento per non perdere velocità rispetto alla velocità del cambiamento.



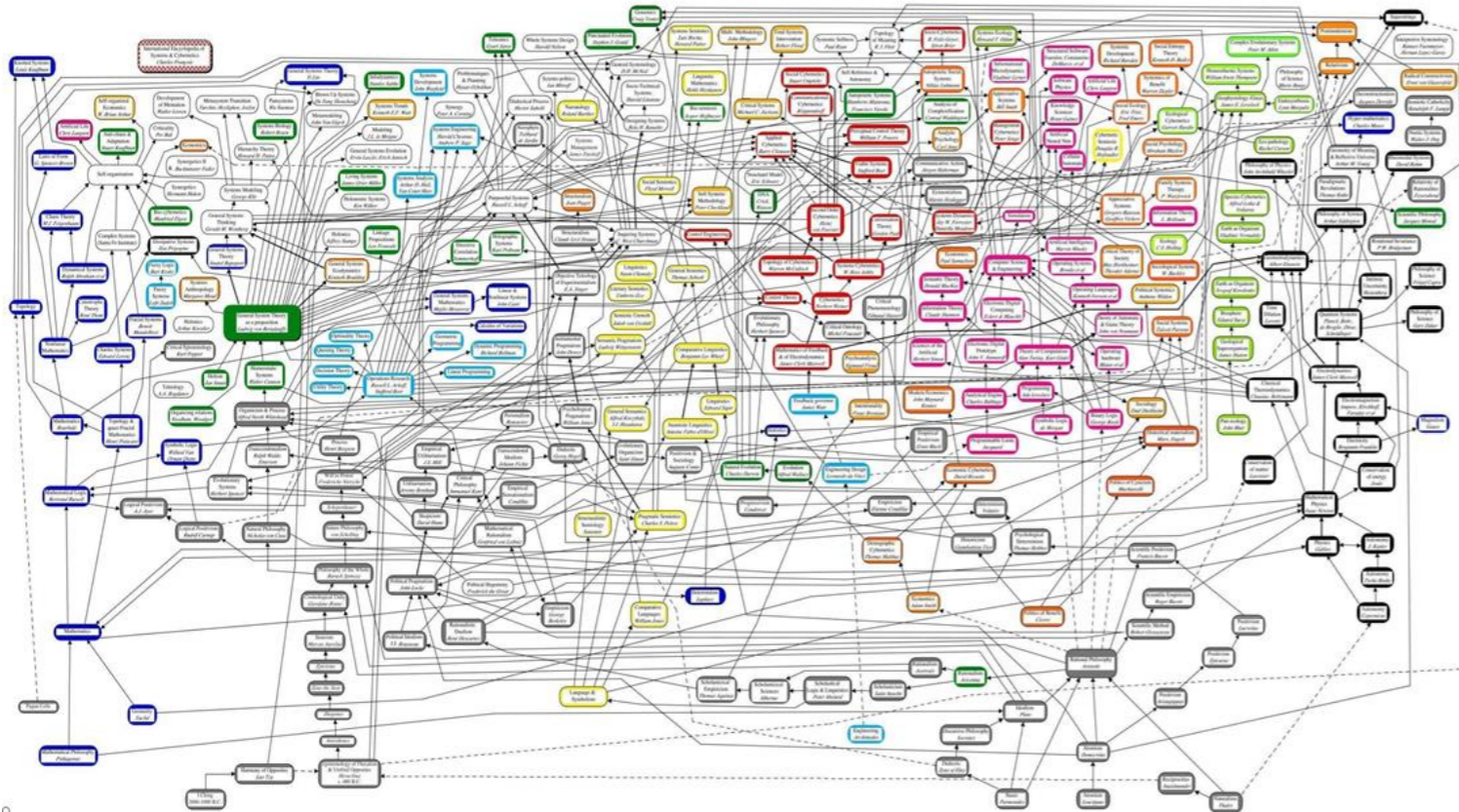
DRIVER DEL CAMBIAMENTO



- Da imprenditori a manager
- Gestione della delega (per crescere bisogna delegare)
- Gestione delle priorità (non più di 3 cose importanti al giorno)
- MBE Manage by Exceptions (gestire solo le eccezioni rispetto al pianificato)
- Stare in rete (abbiamo bisogno anche degli altri)
- Attirati dal futuro e non spinti dal passato (da PUSH a PULL)
- Innovazione, Innovazione, Innovazione



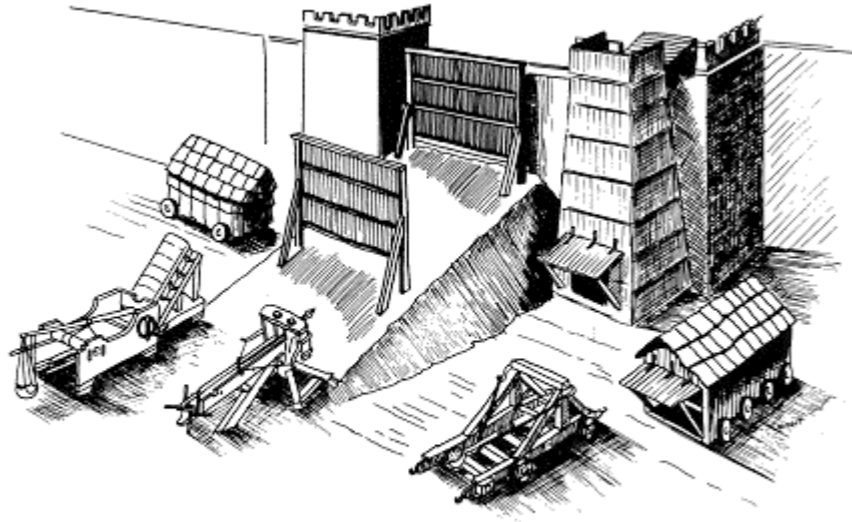
DIFETTI IMPRESA GLOBALE



- Organizzazioni complesse
- Processi complessi
- Lontananza dal mercato reale
- Burocrazia
- Lentezza nel time-to-market



DIFETTI IMPRESA LOCALE



- Paura del nuovo
- Nanismo
- Visione locale
- Sensazione di assedio



Da GLOBALE o LOCALE a: GLO CAL



Avere i piedi piantati nella ricchezza del Territorio



Ma la mente che spazia nel Villaggio Globale



Attraverso il convivere col cambiamento



Per una innovazione (competitività) permanente



ROMPERE L'ISOLAMENTO



“Per le Imprese (piccole o grandi), nel nuovo Villaggio Globale, la vera INNOVAZIONE è il Primo Passo che le allontana dall'isolamento” (Oiziruam Otannamma)«c



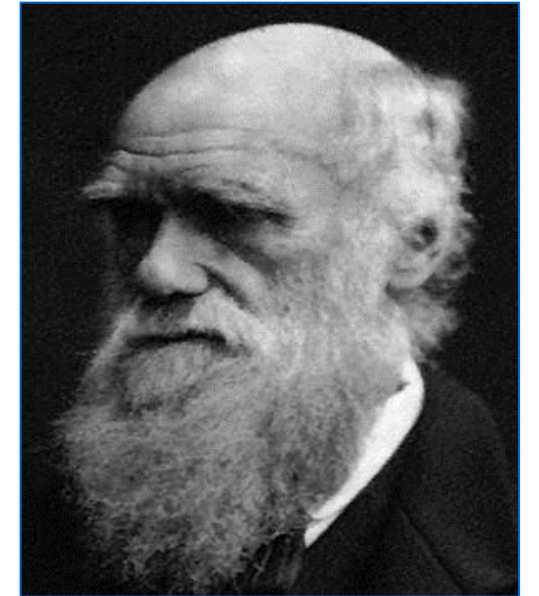
CAMBIAMENTO NON COME MINACCIA MA OPPORTUNITA'



“Non è la specie più forte che sopravvive, né quella più intelligente.
E' invece quella che si adatta più velocemente al cambiamento.
(Charles Darwin - Origin of the Species)”

“Non è l' Azienda più forte che sopravvive, né
quella più grande.

**E' invece quella che si adatta più
velocemente al cambiamento”**



I QUATTRO PILASTRI DELL'INNOVAZIONE

- 1) **Innovare (lat):** *Alterare l'ordine delle cose stabilite per fare cose nuove*
- 2) **Le persone, al centro dell'Innovazione** (back to P2P Person to Person)
- 3) **L'innovazione è drastica** (non è una operazione cosmetica, scardinare lo *status quo*)
- 4) **Il Management diventa l'arte del possibile** (non gestore della routine)



Manu Agere





Manager del Cambiamento

**Colui che prende per mano (manager (lat): manu-agere)
una realtà non ancora in grado di muoversi alla
stessa velocità del cambiamento e attraverso
l'Innovazione a 360 gradi, la porta a competere
nel Villaggio Globale**



Grazie!

