

UNISRF
UNINDUSTRIA SERVIZI & FORMAZIONE TREVISO PORDENONE



POLITECNICO DI MILANO



School of Management

DIPARTIMENTO
DI INGEGNERIA
GESTIONALE



Digital Innovation Program

Giugno 2016

Politecnico di Milano

Premessa e obiettivi del progetto

Il Digital Innovation Program è un laboratorio di innovazione che coinvolge un gruppo di professionisti all'interno dell'azienda, attraverso la condivisione di best practices e sviluppo di concept di innovazione, preparato e abilitato da Esperti e Metodologi e basato su contenuti di Ricerca, case study, testimonianze e metodologie fortemente interattive

Gli obiettivi principali del Digital Innovation Program sono:

- **Apprendere strumenti e metodologie alla base dell'innovazione digitale e della valorizzare dei differenziali competitivi dell'azienda**
- **Supportare i partecipanti nel comprendere i possibili scenari, opportunità e approcci di innovazione digitale per la propria azienda**
- **Sviluppare Idee e Concept d'Innovazione digitale che possano essere trasformati in progetti**

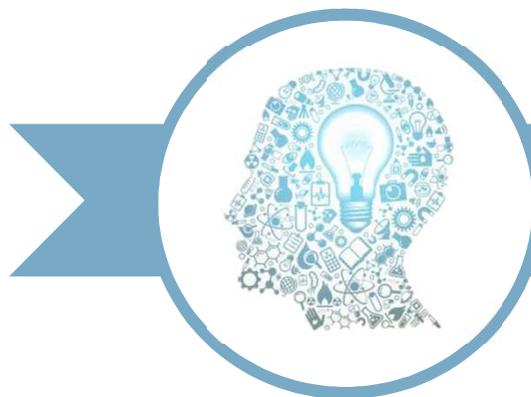
Premessa e obiettivi del progetto

Coerentemente con la premessa e gli obiettivi precedentemente illustrati è possibile l'erogazione di un **Digital Innovation Program** che si compone di tre diverse tipologie di seminari:

- Opening Seminar
- Digital Innovation Seminar
- Sharing & Mentoring Seminar

Fasi

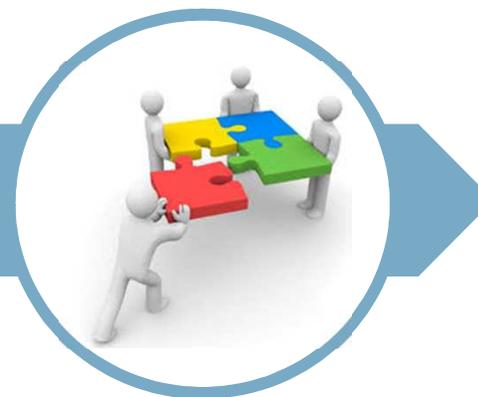
Opening Seminar



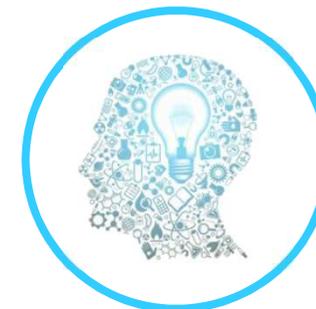
Digital Innovation Seminar



Sharing&Mentoring Seminar



Opening Seminar



Obiettivi

- ❑ **Comprendere le forze che stanno avendo un impatto sul mondo: “mega trends”, economiche, demografiche, tecnologiche**
- ❑ **Fornire stimoli e benchmark di riferimento attraverso il contributo di Ricercatori ed eventuali testimonianze esterne**
- ❑ **Trasferire ai partecipanti le competenze e le metodologie per comprendere i principali trend digitali**

Contenuti e Metodologia

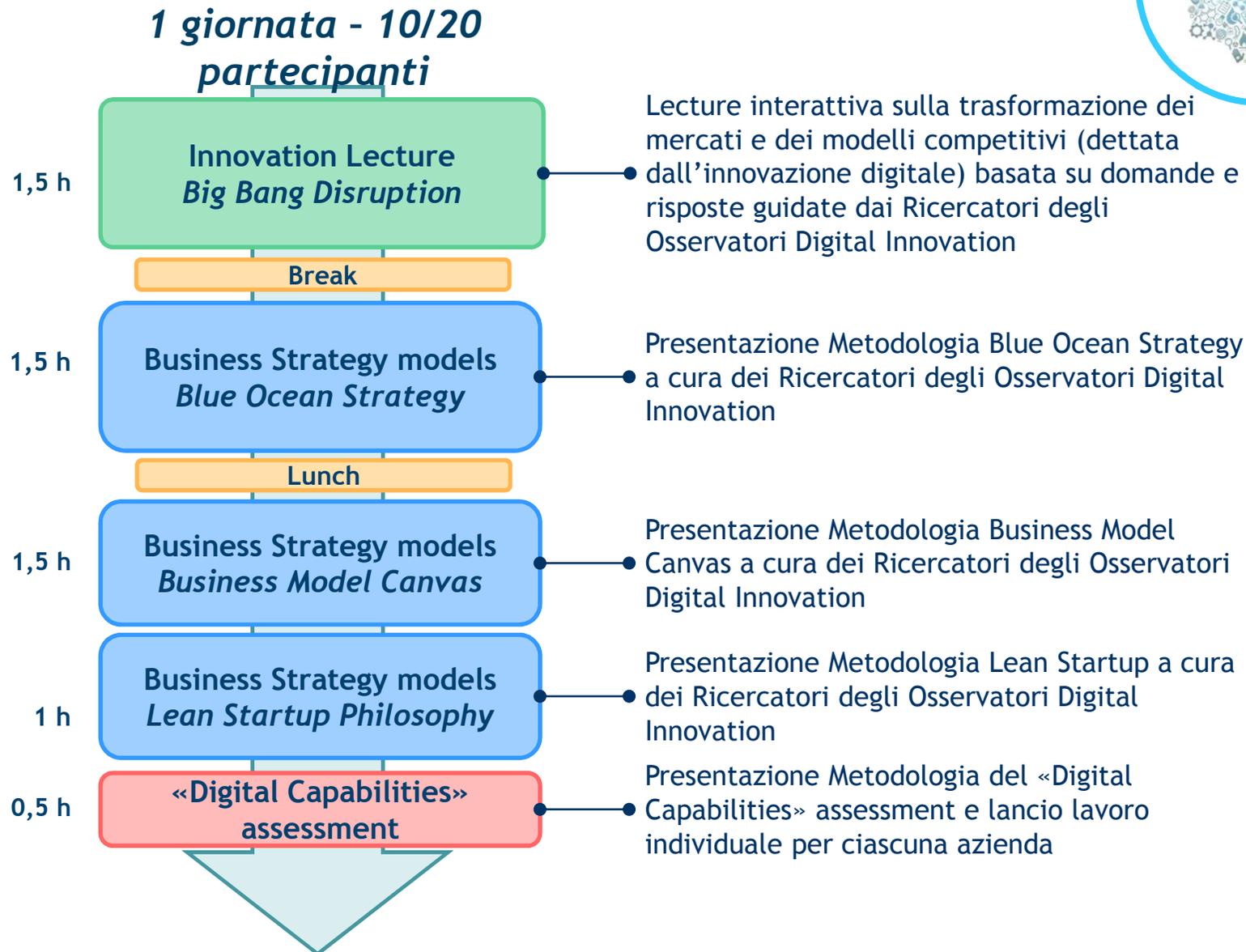
L'Opening Seminar è costituito da sessioni formative su tematiche di innovazione digitale e su metodologie, tool e strumenti di supporto all'innovazione digitale

Il format dell'Opening Seminar comprende:

- ❑ **Sessione verticale di innovazione digitale con contenuti basati sulle ricerche degli Osservatori Digital Innovation**
- ❑ **Sessione verticale sugli strumenti strategici a supporto dell'innovazione digitale (Blue Ocean Strategy, Business Model Canvas, Lean Startup)**
- ❑ **Una sessione interattiva basata su un questionario con i Ricercatori per individuare le «*Digital Capabilities*» delle aziende partecipanti**

Viene erogato in workshop ristretti di 10-20 persone

Opening Seminar - struttura



Digital Innovation Seminar



Obiettivi

- ❑ **Sensibilizzare i partecipanti** sui principali trend ed ambiti di innovazione digitale nell'ambito dei temi individuati per il seminario
- ❑ **Fornire alcuni stimoli e benchmark di riferimento** legati all'innovazione nell'ambito selezionato
- ❑ **Guidare i partecipanti nel processo di generazione dell'innovazione** attraverso metodi e strumenti specifici

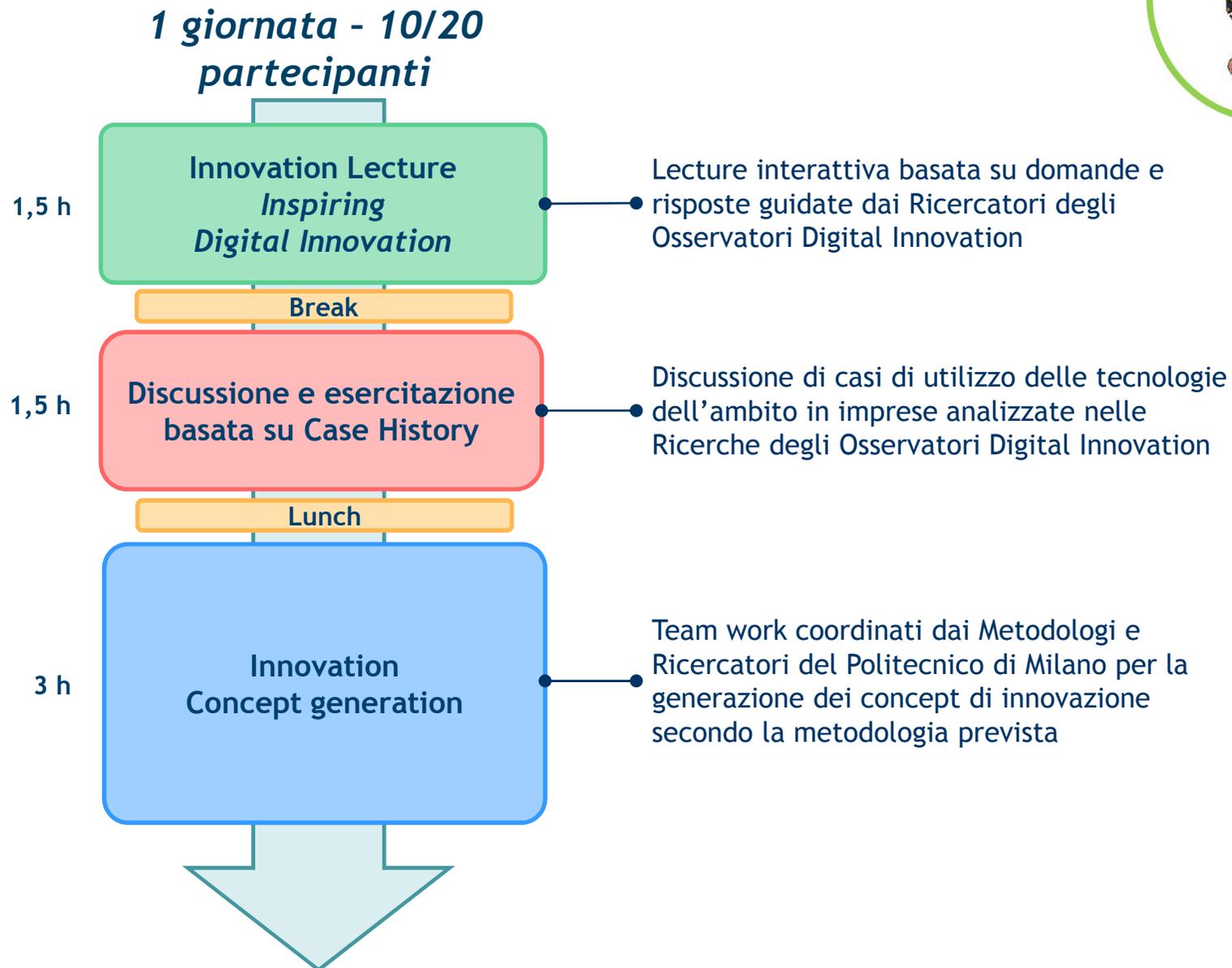
Contenuti e Metodologia

Il **Digital Innovation Seminar** è costituito da una sessione formativa che comprende:

- ❑ **Sessioni verticali** su ciascun ambito di innovazione digitale con contenuti basati sulle **ricerche degli Osservatori Digital Innovation**
- ❑ **Discussione e esercitazione basata su Case History** di adozione delle tecnologie in imprese analizzate dagli Osservatori Digital Innovation
- ❑ **Sessione di lavoro di gruppo** con i Ricercatori per individuare concept di innovazione attraverso le metodologie sviluppate dagli Osservatori Digital Innovation (metodologie di visual thinking)

Viene erogato in workshop ristretti di 10-20 persone

Digital Innovation Seminar - struttura



Sharing & Mentoring Seminar



Obiettivi

- ❑ **Condividere con i partecipanti** i project work sviluppati sulla tematica di innovazione digitale scelta all'interno del percorso
- ❑ **Identificare le principali implicazioni** per l'applicazione del project work all'interno dell'azienda
- ❑ **Trasferire ai partecipanti** le tecniche per una presentazione efficace del progetto

Contenuti e Metodologia

Il **Sharing&Mentoring Seminar** è costituito da una sessione formativa che comprende:

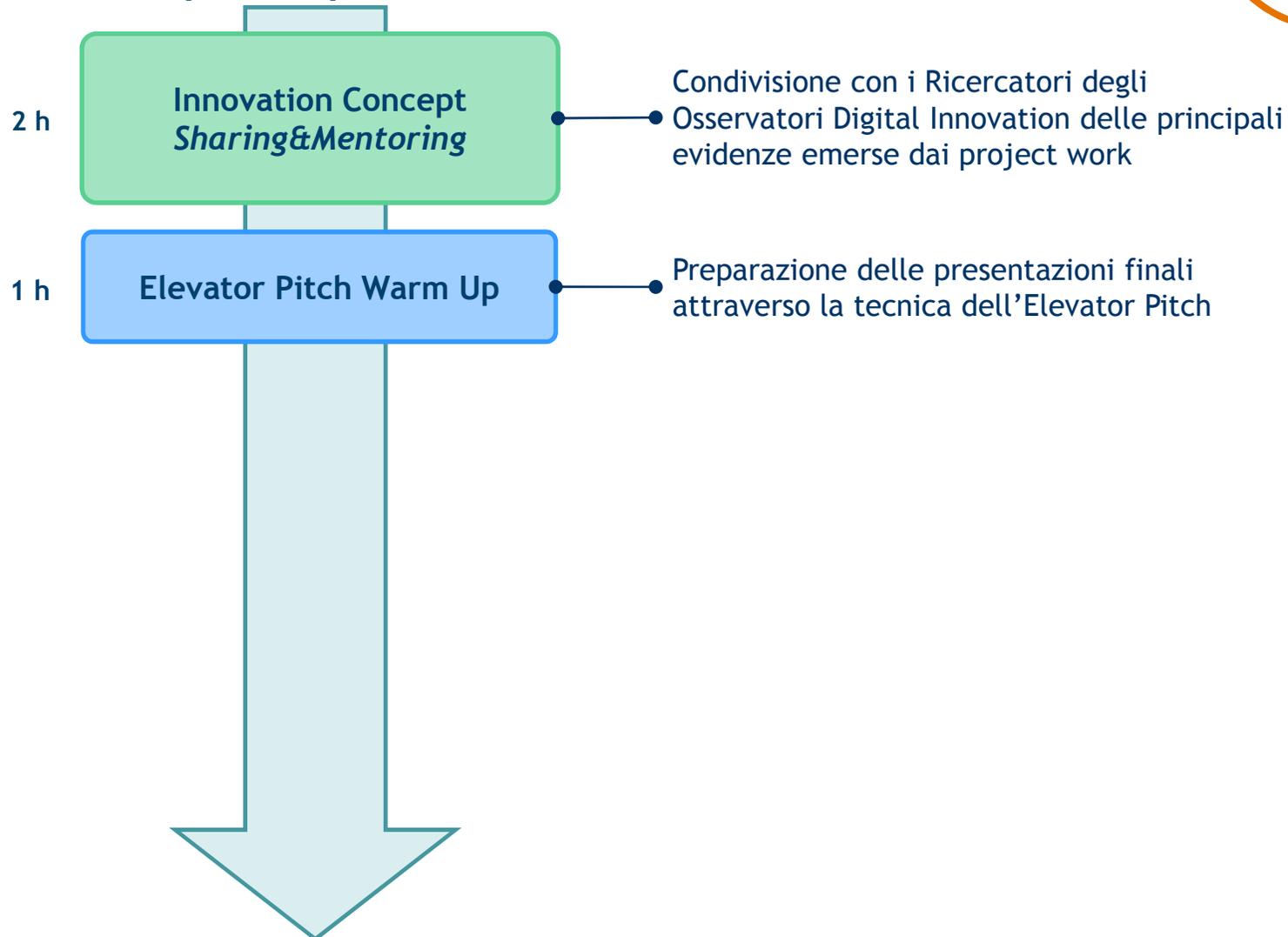
- ❑ **Sessione verticale** su metodologie, tool e strumenti a supporto per la presentazione del project work
- ❑ **Sessione di sharing, mentorship e coaching** con i Ricercatori per individuare le principali implicazioni di ciascun progetto sviluppato

Viene erogato in workshop ristretti di 10-20 persone

Sharing&Mentoring Seminar - struttura



*1/2 giornata - 10/20
partecipanti*

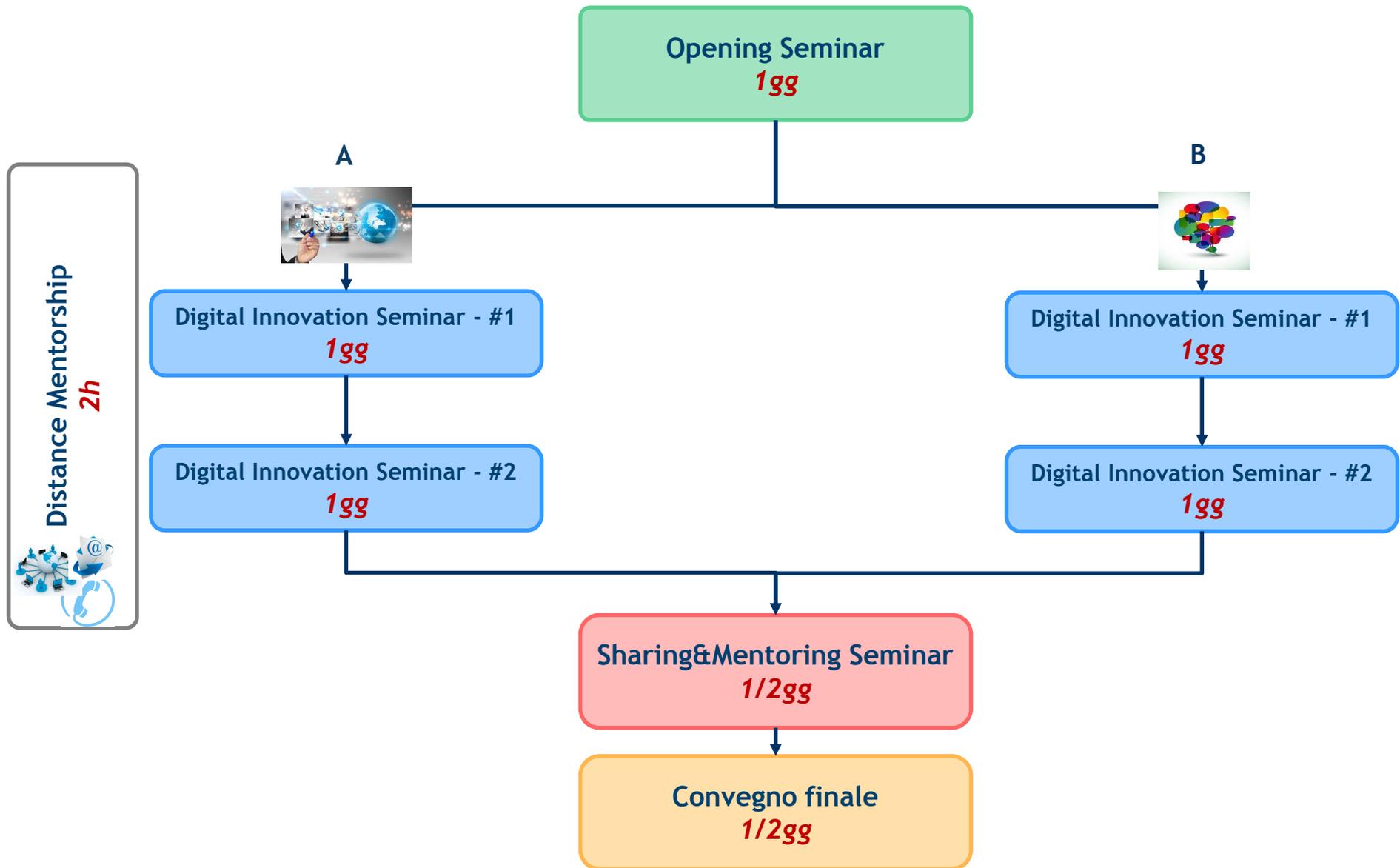


Digital Innovation Seminar - i percorsi

Di seguito vengono presentati i **diversi percorsi del Digital Innovation Program.**

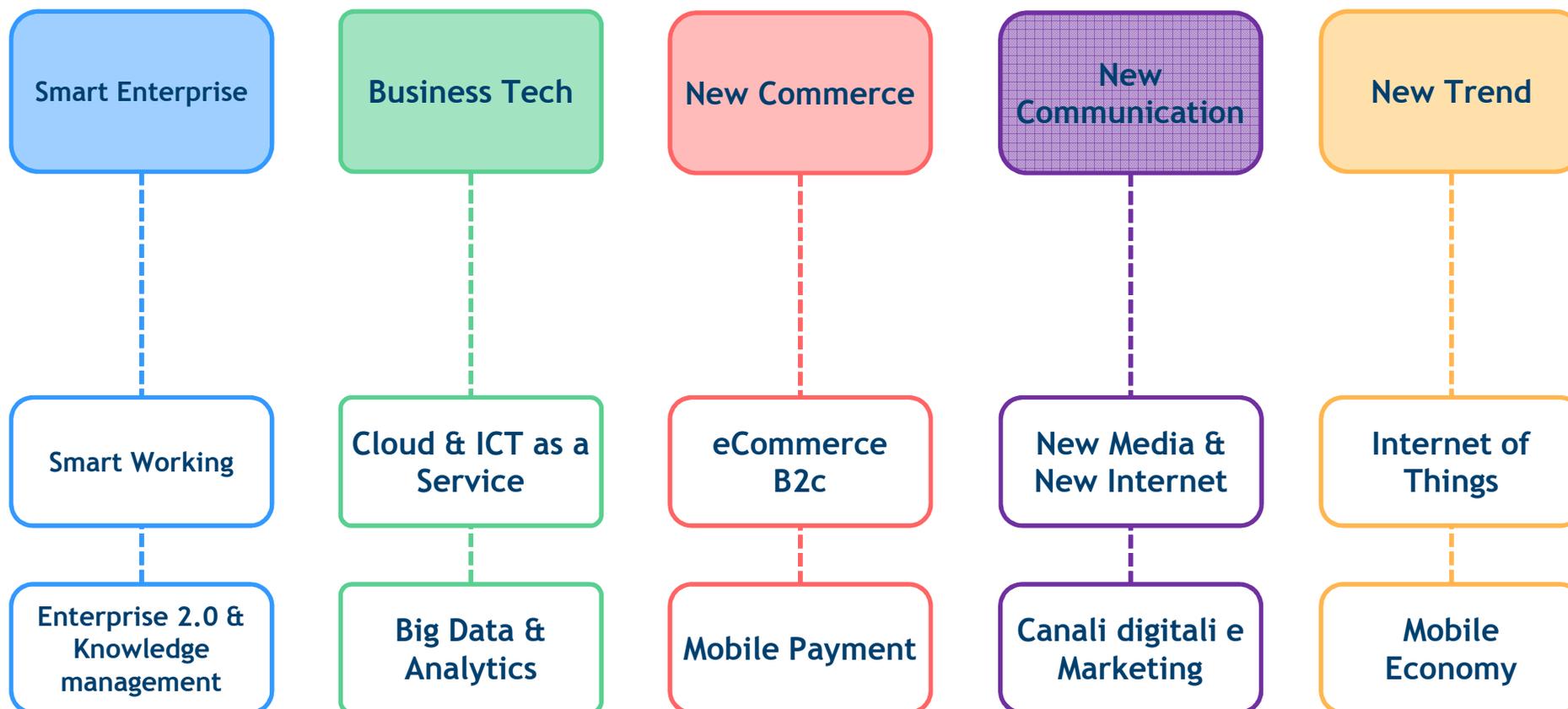
È possibile erogare - anche in parallelo previo raggiungimento di numero minimo di partecipanti - un numero **massimo di tre percorsi.** I tre percorsi condividono la fase iniziale (Opening Seminar) e la parte conclusiva, composta dal **Sharing&Mentoring Seminar** e dal convegno finale

Digital Innovation Seminar - i percorsi



Digital Innovation Seminar - i temi

Nella prima edizione del Digital Innovation Program verranno lanciati 2 percorsi tra i 5 proposti di seguito



Digital Innovation Seminar - Smart Enterprise

Di seguito vengono presentati i due temi inclusi nel percorso **Smart Enterprise**. Ciascun tema viene sviluppato attraverso l'erogazione di un **Digital Innovation Seminar** di una giornata secondo la struttura precedentemente illustrata

Smart working

Obiettivo

Comprendere l'evoluzione dei modelli di lavoro in ottica Smart Working (orientati alla flessibilità di orario e luogo di lavoro), il ruolo abilitatore delle nuove tecnologie (social e collaboration) e il tema della fruibilità tramite differenti device. Inoltre, si presenteranno e discuteranno i principali benefici ottenibili a livello di persone, aziende e sistema Paese in seguito all'adozione di modelli di lavoro innovativi

Contenuti

- Le tecnologie di smart application: diffusione e investimenti
- La fruibilità delle applicazioni aziendali (mobile office, documentazione operativa) attraverso i device mobili
- L'impatto dei modelli di lavoro/organizzativi (policy di utilizzo, meccanismi di controllo e supervisione, change management, ...) sui processi di business delle funzioni aziendali (Operations, Acquisti, Marketing, Risorse Umane)
- I benefici legati all'adozione dei nuovi modelli di lavoro, con specifico riferimento al settore Distribuzione

Enterprise 2.0 & Knowledge management

Obiettivo

Comprendere i trend a livello sociale e organizzativo che stanno portando alla crisi dei modelli tradizionali e all'emergere di nuovi approcci di tipo Social Enterprise e approfondire modelli e strumenti per la gestione della conoscenza e lo sviluppo e la valorizzazione delle comunità di pratica

Contenuti

- I cambiamenti sociali e tecnologici alla base del Web 2.0
- Dal Web 2.0 all'Enterprise 2.0: nuove tecnologie e nuove logiche di interazione
- I principi organizzativi dell'Enterprise 2.0
- Le leve Organizzative, Tecnologiche e Gestionali per il Knowledge Management
- Il ruolo delle tecnologie e l'emergere delle comunità di pratica

Digital Innovation Seminar - Business Tech

Di seguito vengono presentati i due temi inclusi nel percorso **Business Tech**. Ciascun tema viene sviluppato attraverso l'erogazione di un **Digital Innovation Seminar** di una giornata secondo la struttura precedentemente illustrata

Cloud & ICT as a Service

Obiettivo

Comprendere il fenomeno del Cloud nella sua forma più estesa e i suoi impatti in termini di trasformazione dei sistemi informativi aziendali, architetture, sicurezza ed evoluzione delle competenze

Contenuti

- Il mercato dell'offerta e i suoi scenari evolutivi
- I modelli as a Service: diffusione, driver e barriere all'adozione diffusione nel settore Distribuzione
- Il Platform as a Service e l'evoluzione degli applicativi SaaS
- Standard e interoperabilità a garanzia di privacy e sicurezza dei dati
- Gli impatti organizzativi del Cloud e i possibili approcci all'adozione

Big Data & Business Intelligence

Obiettivo

Evidenziare il valore strategico che i Big data e le metodologie di Business Intelligence svolgono nelle imprese, ponendo in luce i potenziali vantaggi relativi alla competitività, alla redditività, alla tempestività e all'aumento di efficacia nei processi decisionali

Contenuti

- L'evoluzione del fenomeno Big data
- Le dinamiche di sviluppo delle applicazioni di Business Intelligence
- I processi decisionali che possono trarre maggiore beneficio dall'impiego delle applicazioni di Business Intelligence
- Le good practices nell'adozione dei sistemi di Business Intelligence nei settori più maturi
- Le tendenze in atto con particolare riferimento ad alcuni temi quali l'impiego di advanced analytics, la gestione dei big data e dei dati non strutturati, la relazione tra business intelligence e siti di social networking, il ricorso a piattaforme di cloud computing

Digital Innovation Seminar - New Commerce

Di seguito vengono presentati i due temi inclusi nel percorso **New Commerce**. Ciascun tema viene sviluppato attraverso l'erogazione di un **Digital Innovation Seminar** di una giornata secondo la struttura precedentemente illustrata

e-Commerce B2c

Obiettivo

Studiare l'evoluzione del commercio elettronico in Italia, analizzando il valore del mercato, i modelli di business di riferimento, le opportunità di sviluppo (sulla base dei dati dello scenario internazionale) e le frontiere dell'innovazione

Contenuti

- Il mercato dell'eCommerce B2c in Italia
- L'analisi dell'offerta in Italia, con il dettaglio sul valore delle vendite per tipologia di player (Dot com o Tradizionali) e per tipologia di canale (Pure player o Multicanale)
- La presenza della GDO sia in ambito "Food" sia "non Food" sul canale online
- Gli approcci multicanale utilizzati dai merchant italiani, con particolare attenzione ai benefici e alle criticità
- Il ruolo del mobile e dei social network nel supporto del processo di relazione tra azienda e consumatore

Mobile Payment & Commerce

Obiettivo

Comprendere il punto di vista di esercenti (in particolare retailer della distribuzione) e consumatori sul tema del Mobile Payment e di tutti i servizi correlati, creando una relazione continuativa di confronto tra i migliori player dell'offerta e gli esercenti più attenti all'innovazione

Contenuti

- L'evoluzione dell'offerta in Italia e nel mondo sia sul Mobile Remote Payment sia sul Mobile Proximity Payment (incluso il Mobile Commerce)
- La quantificazione del mercato attuale di Mobile Remote Payment e Mobile Commerce in Italia
- Una stima del mercato generato nei prossimi anni dal Mobile Proximity Payment e dai servizi collegati (ad esempio couponing e loyalty)
- La quantificazione dei benefici, dei costi e degli investimenti per gli esercenti che vogliono implementare una soluzione di Mobile Payment e di servizi collegati
- L'evoluzione della normativa in ambito pagamenti e nuove opportunità per i retailer
- La tecnologia e la sicurezza del Mobile Payment

Digital Innovation Seminar - New Communication

Di seguito vengono presentati i due temi inclusi nel percorso **New Communication**. Ciascun tema viene sviluppato attraverso l'erogazione di un **Digital Innovation Seminar** di una giornata secondo la struttura precedentemente illustrata

New Media & New Internet

Obiettivo

Comprendere criticamente le opportunità e le minacce aperte dalla "rivoluzione" spinta dalle tecnologie digitali nel mondo dei media e le tecnologie alla base dei New Media, con particolare riferimento ai trend più innovativi

Contenuti

Lo scenario di mercato di Media e New Media

- Verso un New Internet
- Le applicazioni e i ricavi pay
- Il punto di vista degli investitori pubblicitari
- I trend in atto e gli scenari futuri
- Alcuni casi di successo

I Mobile Media:

- Mobile Media, Mobile Internet, Mobile Application e Mobile Tv
- I principali player e le loro strategie

Le opportunità aperte dalle nuove tecnologie:

- Integrazione multicanale “clicks & mortar”
- Evoluzione dei contenuti
- Evoluzione della digital production

Canali digitali e nuovi paradigmi di marketing

Obiettivi

- Avere una visione chiara e completa dell'impatto dei canali digitali sull'attività di marketing e di relazione con il mercato delle aziende
- Comprendere puntualmente gli scenari in atto in Italia a livello di: Internet/Web, Media & Tv digitali, Mobile Content & Service, eCommerce
- Comprendere criticamente gli impatti della logica "2.0" sulle attività di marketing

Contenuti

- Le tecnologie e gli ambienti digitali: un inquadramento
- I canali digitali: gli scenari in atto in Italia (new Media, Tv digitali, Mobile, eCommerce)
- Le logiche e le tecnologie "2.0" e gli atteggiamenti del consumatore
- Il social networking
- Le esperienze di marca multicanale
- La definizione di una strategia di marketing multicanale
- La gestione delle comunità di clienti
- Un approccio operativo alla costruzione di esperienze di marca multicanale

Digital Innovation Seminar - New Trends

Di seguito vengono presentati i due temi inclusi nel percorso **New Trends**. Ciascun tema viene sviluppato attraverso l'erogazione di un **Digital Innovation Seminar** di una giornata secondo la struttura precedentemente illustrata

Internet of Things

Obiettivo

Comprendere come il paradigma Internet of Things possa impattare nella progettazione e nell'erogazione di servizi che toccano i cittadini e le aziende pubbliche e private, ed analizzare in profondità il valore creato dalle soluzioni di Internet of Things negli ambiti applicativi più promettenti

Contenuti

- I principali ambiti di applicazione dell'Internet of Things e la loro diffusione in Italia
- Le tecnologie e gli standard per l'IoT (RFID, WSN, etc.), grado di maturità e principali applicazioni supportate
- Le applicazioni Internet of Things a supporto dei processi di distribuzione (es. monitoraggio catena del freddo, fleet management) e della gestione delle facility (es. energy management): tra presente e futuro
- Il valore delle soluzioni Internet of Things in ambito Smart Cities & Communities

Mobile Economy

Obiettivo

Inquadrare in una visione sistemica i molteplici mercati abilitati dall'ecosistema Mobile (Entertainment, Payment, Commerce, Advertising, Smart Home, Smart Car, Enterprise Application, ecc.) e di delinearne i principali trend in atto

Contenuti

- I principali trend in atto e i possibili scenari evolutivi della Mobile Economy
- Il quadro completo di tutti settori impattati dal Mobile (banche, assicurazioni, trasporti, retail, media, utility, automotive, ecc.)
- Il framework sistemico dei principali mercati Mobile (Mobile Commerce, Payment, Content, App, Enterprise, Smart Home, Smart Car, ecc.) con relativa stima quantitativa di questi mercati

Chi sono gli Osservatori Digital Innovation?



Osservatori Digital Innovation - I temi

Digital Transformation

- Agenda Digitale
- Digital Business-Innovation Academy
- eGovernment
- HR Innovation Practice
- ICT & PMI
- ICT & Professionisti
- Innovazione Digitale in Sanità
- Innovazione Digitale nel Retail
- Innovazione Digitale nel Turismo
- Innovazione Digitale nelle Utility
- Export



Enterprise Solutions

- Big Data Analytics & Business Intelligence
- Cloud & ICT as a Service
- Information Security & Privacy
- Collaborative Business Applications
- Fatturazione Elettronica e Dematerializzazione
- Internet of Things
- Mobile Enterprise
- Smart Intranet e Workspace Innovation (Intranet e Banche)
- Smart Manufacturing
- Smart Working
- Supply Chain Finance



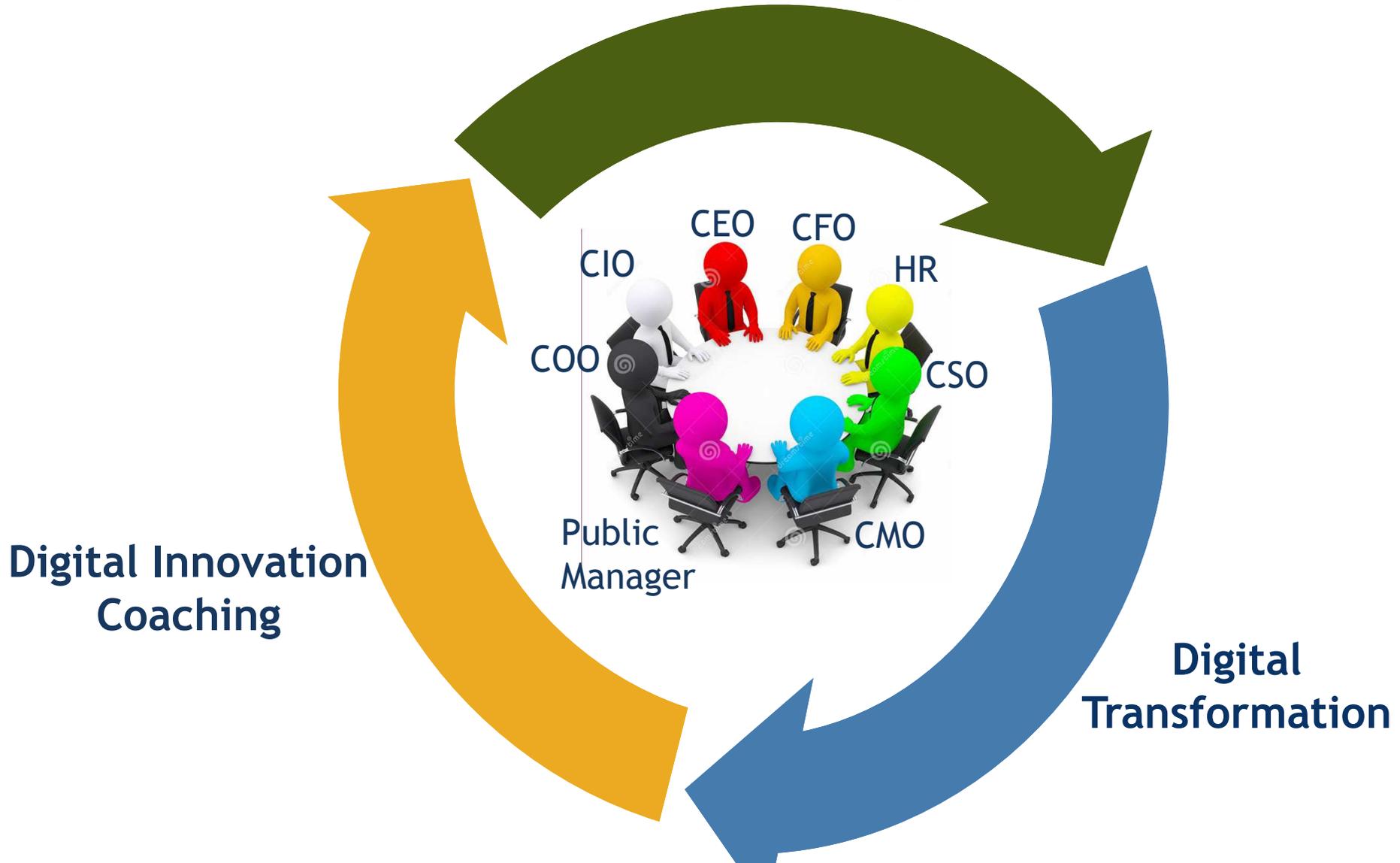
Digital Markets

- eCommerce B2c
- Gioco Online
- Mobile & App Economy
- Mobile Banking
- Mobile Marketing & Service
- Mobile Payment & Commerce
- Multicanalità
- New Media & New Internet
- Startup hi-tech



Cosa fanno gli Osservatori Digital Innovation?

Digital Strategy



Cosa fanno gli Osservatori Digital Innovation?

Digital Strategy

Supportare i decision maker nella definizione e nella valutazione degli scenari di sviluppo dei modelli di business e organizzativi legati alle opportunità offerte dal digitale

Digital Transformation

Supportare le organizzazioni nella definizione delle azioni volte a introdurre l'innovazione digitale, in termini di requisiti funzionali, organizzativi e tecnologici

Digital Innovation Coaching

Affiancare le organizzazioni nella definizione e adozione di nuove metodologie, nella selezione ed empowerment delle persone, e nello sviluppo di competenze e professionalità

Elementi distintivi



Conoscenza dello **stato dell'arte** e dei **trend di evoluzione strategica e organizzativa** grazie ad una continuativa attività di ricerca e di osservazione di casi reali



Capacità di **networking**, la centralità nelle community e la natura di *trusted third part*, consente l'accesso ad esperienze e competenze di eccellenza facilitando il benchmarking e lo sviluppo di alleanze



Utilizzo di **metodologie** e **modelli originali**, sviluppati direttamente con rigore scientifico e validati grazie all'esperienza su casi reali



Capacità di **coaching ed empowerment** delle risorse interne grazie all'esperienza di formatori

Metodologie e modelli

Digital Strategy

- ❑ Balanced Roadmap
- ❑ ROI tools
- ❑ Digital Strategy House
- ❑ Experiential Benchmarking
- ❑ Industry & Market Maps
- ❑ Business Model Canvas
- ❑ Virtual Workspace assessment
- ❑ ICT Models map
- ❑ ICT Trade map

Digital Transformation

- ❑ Innovation Journey (Smart Working, Cloud, HR, ...)
- ❑ Maturity Model
- ❑ Governance Hourglass
- ❑ Community Roadmap
- ❑ Readiness Assessment
- ❑ App Marketing Tool
- ❑ Sourcing Profiles
- ❑ ICT Competence Spider
- ❑ Cloud Agenda
- ❑ Partner Relationship Map
- ❑ Channel Transformation Roadmap
- ❑ Innovation Pitfall Model

Digital Innovation Coaching

- ❑ Leadership Journey
- ❑ Eye Opening Workshop
- ❑ Innovation Workshop

Contatti

Successivamente alle attività di sensibilizzazione sui trend tecnologici come Social Network, Big Data, Cloud Computing, Mobile e Smart che hanno portato più di 2000 persone, le aziende manifestano la necessità di capire come poter implementare quello che hanno appreso all'interno delle loro aziende.

Per dar seguito a questo tipo di richieste, UNIS&F e MIP - Politecnico di Milano vogliono condividere un'attività di audit delle diverse esigenze per costruire, insieme alle aziende, un percorso sull'innovazione digitale per dare nuovi stimoli al business.

Il Digital Innovation Program (DIP) è un laboratorio di innovazione digitale preparato e abilitato da esperti e metodologi che coinvolge referenti aziendali attraverso condivisione di best practice e sviluppo di concept di innovazione.

Contattaci per manifestare il tuo interesse a partecipare.

La raccolta adesioni termina il 20 Ottobre 2016.

Per informazioni:

Alberto Mercurio

Tel. 0422 916 481

informatica@unindustriatv.it