



New

## Find Out why

Scoprire il perché: la chiave per innovare con successo

 Presenziale

Durata : 1 giorno ( 8 Ore)

WebCode : FC.35

Packaged : Su richiesta

Customized : Su richiesta

in partnership con



Innovazione di successo è qualcosa di più che arrivare con idee creative. Un'innovazione di successo ci richiede di fornire soluzioni che i clienti sono disponibili, addirittura ansiosi, di portare nelle loro vite. Potrebbe sembrare molto facile, ma il tasso sorprendentemente alto di fallimenti nell'innovazione indica che molte persone non sanno in realtà come farlo. Questo corso fornisce un metodo per innovare con successo; aiuta i leader a tutti i livelli a capire perché i clienti fanno determinate scelte. Quando si è in grado di capire i clienti in questo modo, è possibile far diventare la propria innovazione un evento prevedibile, non più casuale.

Il metodo si basa su 25 anni di ricerche e pratiche sul campo da parte di Clayton Christensen, professore della Harvard Business School e autore di *Innovator's dilemma*, e Bob Moesta, creatore di più di tremila innovazioni di successo.

## Obiettivi del corso

- Imparare a pensare diversamente
- Comprenderete a fondo i bisogni dei clienti in modo da arrivare ad innovazioni di successo
- Osservare le persone ed i loro momenti di difficoltà nel compiere un miglioramento
- I modi per trovare i momenti di difficoltà
- Ascoltare quello che i clienti non dicono
- Il concetto di JOB TO BE DONE
- Condurre interviste JOB TO BE DONE
- Le dimensioni funzionali, emozionali e sociali
- Le forze di progresso
- Usare le informazioni delle interviste JTBD per definire le Job Stories dei clienti e per definire i Criteri Hire/Fire.
- Identificare le opportunità di innovazione che risolvono il Job to be done dei clienti.

## A chi è rivolto

Manager che vogliono lavorare sulla propria capacità di innovare

## Programma

### Pensare diversamente

- Che cos'è l'innovazione
- Perché l'innovazione fallisce
- Ridefinire l'innovazione
- Il modello JOB TO BE DONE

### Trovare i momenti di difficoltà

- Mindset e skillset dei momenti di difficoltà
- I 4 Modi per trovare i momenti di difficoltà
- Gli usi insoliti, i compiti negativi, le soluzioni di ripiego, il non- consumo

### Ascoltare quello che i clienti non dicono

- Le dimensioni Funzionali, Emozionali e Sociali
- Le interviste JOB TO BE DONE
- Gli obiettivi delle interviste JTBD
- Tools: Forze di progresso e Timeline
- Case study

### Inquadrare il job to be done

- Mindset e Skillset del JTBD
- Le Job Story, un metodo per riassumere il JTBD
- I criteri Fire/Hire, le loro specifiche
- Delineare il JTBD

### Progettare il progresso

- Opportunità di innovazione: rispondere ai bisogni sociali ed emozionali dei clienti
- Soddisfare i criteri Hire del cliente ed evitare i criteri Fire
- Rispondere alle forze di spinta
- Ridurre o mitigare l'ansia della nuova soluzione
- Il Tool «Trova Perché»

## Esercitazioni

- Job stories
- Interviste JTBD
- Tool analisi forze del progresso
- Esercitazione Hire Fire
- Tool Trova perché