Project funded by European Commission LLP Programme – Leonardo Da Vinci – TOI – 2012-1-IT1-LEO05-02794 – CUP G12F12000080006

Strumenti per l'educazione all'imprenditorialità

INNOVATION CAMP

L'Innovation Camp è un *workshop* intensivo di tre giorni in cui gli studenti:

1. Sono messi alla prova con una sfida generale legata all'innovazione
2. Definiscono lo specifico problema che vogliono risolvere
3. Generano, sviluppano e valutano idee e concetti di business
4. Sviluppano un modello di business per la loro idea
5. Presentano la loro idea e il loro modello business
6. Votano per la migliore presentazione

Il workshop viene organizzato in lavori di gruppo, con un massimo di partecipanti ad ogni gruppo di sei studenti.

L'Innovation Camp si svolge durante il primo semestre accademico, ma dal momento che non richiede specifiche capacità di business può essere organizzato in ogni momento all'interno di un ogni percorso di studio che faccia dell'innovazione una priorità

Ogni gruppo viene guidato nel processo da un facilitatore. Si raccomanda di utilizzare per questo ruolo studenti che abbiano già sperimentato l'Innovation Camp o pratiche simili a loro volta.

L'Innovation Camp funziona meglio con un alto numero di studenti ed è stato organizzato per gruppo di più di 200 studenti, suddivisi in 35 gruppi.

Programma di apprendimento permanente

Il presente progetto ("European Entrepreneurs Campus" - 2012-1-IT1-LEO05-02794) è finanziato con il sostegno della Commissione europea.
L'autore è il solo responsabile di questa pubblicazione e la Commissione declina ogni responsabilità sull'uso che potrà essere fatto delle informazioni in essa contenute.

L'Innovation Camp richiede l'accesso allo spazio di lavoro per i gruppi. E' preferibile scegliere spazi aperti, ma anche le normali classi scolastiche sono adatte come aree di lavoro per 3-4 gruppi, se i tavoli vengono organizzati in modo da poter ospitare fino a 6 persone.

L'Innovation Camp è un workshop che dura 3 giorni interi, ma è stato organizzato anche seguendo altri schemi:

- Workshop di 5 giorni durante le settimane di introduzione con altri argomenti introduttivi pianificati per ogni giornata
- Workshop intensivo di 2 giorni, durante i quali gli studenti lavorano anche durante la serata – e magari anche durante parte della notte del primo giorno.

Scarica:

- Guida dettagliata all'Innovation Camp
- Esempio di programma per un Innvation Camp di tre giorni
- Il Modello di Camp per l'educazione all'imprenditorialità ("The Camp Model for Entrepreneurship Teaching", articolo del prof. Torben Bager (Inglese))

Perché un Innovation Camp

Il concetto di Innovation Camp segue i principi base dei metodi utilizzati da IDEA e offre una opportunità ai facilitatori ed agli insegnanti per lavorare seguendo metodi dell'apprendimento basato sulla risoluzione dei problemi in un intenso evento di apprendimento fuori aula.

Programma di apprendimento permanente

Il presente progetto ("European Entrepreneurs Campus" - 2012-1-IT1-LEO05-02794) è finanziato con il sostegno della Commissione europea.
L'autore è il solo responsabile di questa pubblicazione e la Commissione declina ogni responsabilità sull'uso che potrà essere fatto delle informazioni in essa contenute.

INNOVATION WORKSHOP

-

Dall'idea al concetto di business

-

Moduli 1 – 5

Programma di apprendimento permanente

Il presente progetto ("European Entrepreneurs Campus" - 2012-1-IT1-LEO05-02794) è finanziato con il sostegno della Commissione europea.
L'autore è il solo responsabile di questa pubblicazione e la Commissione declina ogni responsabilità sull'uso che potrà essere fatto delle informazioni in essa contenute.

Innovation Workshop

Tavola dei contenuti

Organizzazione dei tempi

Descrizione della sfida

Modulo 1

- Foglio di lavoro
- Formazione del gruppo
- Consegna del modulo 1

Modulo 2

- Foglio di lavoro
- Consegna del modulo 2

Modulo 3

- Foglio di lavoro
- Il Circolo del Business
- Il Business Model Canvas
- Consegna del modulo 3

Modulo 4

- Foglio di lavoro
- Power Point “Come presentare la tua idea”
- Consegna del modulo 4

Modulo 5

- Foglio di lavoro
- Valutazione delle idee /criteri
- Consegna del modulo 5

Programma di apprendimento permanente

Il presente progetto (“European Entrepreneurs Campus” - 2012-1-IT1-LEO05-02794) è finanziato con il sostegno della Commissione europea.
L’autore è il solo responsabile di questa pubblicazione e la Commissione declina ogni responsabilità sull’uso che potrà essere fatto delle informazioni in essa contenute.

Modulo 1

Modulo 1	Introduzione e partenza
Obiettivo	Introduzione del workshop e presentazione della sfida/caso Inizio del processo creativo
Contenuto	Ai partecipanti viene presentato il caso specifico. Fase di ideazione Presentazioni: • Introduzione al Campus • Introduzione al corso di Imprenditorialità • Introduzione al workshop • Introduzione alla fase di ideazione Formazione dei gruppi e introduzione degli assistenti del workshop Sessione di creatività Ideazione: • Ideazione di idee • Individuazione delle opportunità
Strumenti	Descrizione del caso Strumenti per la formazione del gruppo Strumenti di allenamento - Concentra la tua ricerca – Cosa stai cecando - Trendspotting – Individua i trend generali - Focus creativo – individuare la domanda - Brainstorming – Generare idee – molte idee - Brainstorming negativo Consegna del Modello 1
Risultati	Ogni gruppo consegna 3 – 5 idee con un titolo

Programma di apprendimento permanente

Il presente progetto ("European Entrepreneurs Campus" - 2012-1-IT1-LEO05-02794) è finanziato con il sostegno della Commissione europea.
L'autore è il solo responsabile di questa pubblicazione e la Commissione declina ogni responsabilità sull'uso che potrà essere fatto delle informazioni in essa contenute.

Formare il Gruppo “Il Gioco del Nome”

Formare un cerchio di persone. Inizia la persona con la maglietta più scura.

Ciascuno dice il proprio nome e un verbo che inizia con la stessa lettera del nome. Ciascuno individua un verbo o un capacità che descrivono la persona con quella lettera.

Esempio: Mi chiamo Carlo e cucino.

La persona alla sinistra di questi ripete ciò che ha detto la persona che lo ha preceduto e si presenta nello stesso modo. Così fino a quando tutti i partecipanti si saranno presentati.

Programma di apprendimento permanente

Il presente progetto (“European Entrepreneurs Campus” - 2012-1-IT1-LEO05-02794) è finanziato con il sostegno della Commissione europea.
L’autore è il solo responsabile di questa pubblicazione e la Commissione declina ogni responsabilità sull’uso che potrà essere fatto delle informazioni in essa contenute.

Incarico di gruppo "Cosa abbiamo in comune?"

Ogni gruppo discute delle somiglianze che esistono in ciascun gruppo.

Sanno tutti andare in bicicletta? Sono tutti stati a Londra? A nessuno piace il formaggio? Ecc.

Ogni gruppo ha 15 minuti per individuare almeno 5 somiglianze (strane, particolari, inaspettate o altro)

Ciascun gruppo le presenta.

Programma di apprendimento permanente

Il presente progetto ("European Entrepreneurs Campus" - 2012-1-IT1-LEO05-02794) è finanziato con il sostegno della Commissione europea.
L'autore è il solo responsabile di questa pubblicazione e la Commissione declina ogni responsabilità sull'uso che potrà essere fatto delle informazioni in essa contenute.

Focalizza la tua ricerca

Capisci cosa stai cercando – ma sii aperto riguardo al luogo in cui cercare!

Quando vuoi fare dell'innovazione mirata sull'utente dovresti cominciare a capire cosa stai cercando:

Per chi vogliamo fare qualcosa? Definisci i tuoi acquirenti e gli utenti per il prodotto o servizio che vuoi sviluppare. Stai attendo a non definire troppo dettagliatamente il problema – e non dire mai nulla circa la soluzione.

La cosa più importante è trovare il giusto problema e risolverlo correttamente – non risolvere bene il problema sbagliato!

Cosa ha valore per noi? Anche se ti occupi di fare innovazione mirata sull'utente, dovremmo chiarire autonomamente:

- Chi vorremo avere come clienti?
- In quali aree vorremmo migliorare le nostre capacità?
- In quali settori abbiamo delle competenze uniche, che potrebbero essere alla base per lo sviluppo di qualcosa di nuovo?
- Quali standard etici stanno alla base del nostro business?

Quando è fattibile l'idea che stiamo cercando? La nostra idea deve poter essere realizzata rapidamente, oppure può anche andar bene sviluppare delle idee che richiederanno più tempo per essere realizzate? Inoltre essa può essere realizzata con i nostri finanziamenti, oppure dovremo richiedere prestiti o trovare investitori esterni?

Programma di apprendimento permanente

Il presente progetto ("European Entrepreneurs Campus" - 2012-1-IT1-LEO05-02794) è finanziato con il sostegno della Commissione europea.
L'autore è il solo responsabile di questa pubblicazione e la Commissione declina ogni responsabilità sull'uso che potrà essere fatto delle informazioni in essa contenute.

Individuazione del trend

Identifica *trend* generali attraverso l'osservazione dello stile di vita. Leggi riviste, visita le fiere, cerca nel web. Parla agli opinion leader, agli specialisti e agli esperti, o leggi ciò che essi scrivono.

I *trend* possono essere trovati nello stile di vita, nella cultura, nella politica, nella tecnologia e in molte altre aree.

Quattro importanti indicatori di trend

Economia e demografia. I cambi nell'economia e/o nella demografia sono all'origine di trend significativi e che durano nel tempo.

Chi è diventato più ricco? O più povero? Dove vogliono vivere le persone? Quanti figli vogliono avere? Quando iniziano la loro carriera lavorativa? Quando vanno in pensione? Ecc.

Mancanze. Un *trend* spesso inizia quando ci si interroga su cosa non ci soddisfa nella nostra vita

Di cosa abbiamo bisogno? Di cosa ne abbiamo troppo poco? Di cosa vogliamo qualcosa di più?

Contraccolpi. Un nuovo *trend* spesso risulta essere una reazione rispetto a ciò che è diventato oramai comune, oppure sorge come una interruzione con ciò che ha dominato il mercato per anni.

Cosa sta diventando ordinario? Di cosa ci siamo oramai stufati di fare, comprare, guardare?

Stile. Gli ideali di stile spesso oscillano come un pendolo fra un estremo all'altro. Quali stili stanno cominciando ad oscillare verso un'altra direzione? Abiti, tagli di capelli, casa, ecc.

Programma di apprendimento permanente

Il presente progetto ("European Entrepreneurs Campus" - 2012-1-IT1-LEO05-02794) è finanziato con il sostegno della Commissione europea.
L'autore è il solo responsabile di questa pubblicazione e la Commissione declina ogni responsabilità sull'uso che potrà essere fatto delle informazioni in essa contenute.

Focus Creativo

Partenza Mercato Utente **Idea** Concetto Valutazione

“Per avere una risposta utile, hai bisogno di una buona domanda”

Il Focus Creativo è un metodo finalizzato a formulare incarichi e i problemi in un modo tale da permettere la generazione di idee nel corso del processo creativo.

La formulazione specifica degli incarichi è decisiva per facilitare la nascita delle idee.

L’utilizzo di questo strumento presuppone una concezione congiunta dell’incarico e del problema

Metodo

1. Formulare l’incarico sottoforma di domanda – iniziando la formulazione con come/cosa/quando/perché ecc.
2. Formulare l’incarico nel modo più conciso ed aperto possibile, scegliendo preferibilmente una sola domanda
3. Formulare l’incarico da diversi punti di vista. Porre la domanda in diversi modi.
4. Scegliere la formulazione che risulta più appropriata

FOCUS GENERARE CLASSIFICA SVILUPPA VALUTA

Programma di apprendimento permanente

Il presente progetto (“European Entrepreneurs Campus” - 2012-1-IT1-LEO05-02794) è finanziato con il sostegno della Commissione europea.
L’autore è il solo responsabile di questa pubblicazione e la Commissione declina ogni responsabilità sull’uso che potrà essere fatto delle informazioni in essa contenute.

Brainstorming

Partenza Mercato Utente **Idea** Concetto Valutazione

1. Organizza un incontro per un gruppo della giusta "taglia" (solitamente 4 – 8 persone)
2. Scrivi l'argomento iniziale su una lavagna e su un altro supporto, in modo che tutti possano vederlo. Più è preciso l'argomento, ovvero più chiaramente è presentato il problema, più proficua sarà la sessione
3. Sii certo che tutti abbiano compreso il problema o la questione
4. Ripassa le regole di base:
    - Evita di criticare le idee/sospendi il tuo giudizio. Tutte le idee sono buone.
    - Tante, tante, tante – l'obiettivo è quello di generare tante idee, se queste vengono limitate le persone cominceranno a giudicarle e presenteranno soltanto quelle che vengono considerate "migliori", le meno radicali e nuove
    - Spensieratezza. Non censurare le idee, fai sì che il flusso della riunione proceda.
    - Ascolta le altre idee, e cerca di farne confluire altre su quelle già espresse
    - Evita ogni discussione sulle idee o domande, ogniqualvolta ciò rallenti il flusso delle idee
5. Trova qualcuno che scriva tutte le idee che emergono (colui che scrive può essere una seconda persona)
6. Permetti che le idee siano generate in una maniera non strutturata (chiunque può dire una idea alla volta) o strutturata (facendo giri di tavolo, permettendo alle persone di "passare" se non si hanno nuove idee)
7. Concludi la sessione. Le idee identiche possono essere unite, tutte le altre dovranno essere conservate. E' utile ottenere consenso sulle idee che potrebbero essere sviluppate ulteriormente o su quale siano le prossime azioni e le relative tempistiche.

FOCUS GENERARE CLASSIFICA SVILUPPA VALUTA

Programma di apprendimento permanente

Il presente progetto ("European Entrepreneurs Campus" - 2012-1-IT1-LEO05-02794) è finanziato con il sostegno della Commissione europea.
L'autore è il solo responsabile di questa pubblicazione e la Commissione declina ogni responsabilità sull'uso che potrà essere fatto delle informazioni in essa contenute.

Negative Brainstorming

Partenza Mercato Utente **Idea** Concetto Valutazione

Domanda positiva

Descrivi il tuo compito come una domanda – esempio: “come si risolve il problema X?”

Domanda negativa

Ripensa alla domanda con una formulazione negativa – l’opposto della domanda positiva.

Esempi:

Come trovare una soluzione che gli utenti non useranno?

Come trovare una soluzione che non ci procurerà alcun profitto?

Come trovare una soluzione che nessun distributore prenderà in carico?

Idee negative

Create idee partendo dalla domanda negativa. Verrà generato un tipo di idee distorta e al contrario

Idee positive

Analizza ogni idea negativa e cerca di trasformarla in un’idea positiva. Non sarà possibile per ogni idea, ma potrebbe portare a originali e sorprendenti idee.

FOCUS GENERARE CLASSIFICA SVILUPPA VALUTA

Programma di apprendimento permanente

Il presente progetto (“European Entrepreneurs Campus” - 2012-1-IT1-LEO05-02794) è finanziato con il sostegno della Commissione europea.
L’autore è il solo responsabile di questa pubblicazione e la Commissione declina ogni responsabilità sull’uso che potrà essere fatto delle informazioni in essa contenute.

Consegna del primo modulo

Innovation Workshop

Numero del team: _____

Nome del team: _____

Sulla base della sfida che ti è stata presentata, ogni team deve consegnare 3-5 idee sottoforma di titolo

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____

Programma di apprendimento permanente

Il presente progetto ("European Entrepreneurs Campus" - 2012-1-IT1-LEO05-02794) è finanziato con il sostegno della Commissione europea.
L'autore è il solo responsabile di questa pubblicazione e la Commissione declina ogni responsabilità sull'uso che potrà essere fatto delle informazioni in essa contenute.

Modulo 2

Modulo 2	Selezione dell'idea e formulazione del concetto di business
Obiettivo	Basandosi sulla fase dell'ideazione ciascun gruppo sceglie un'idea e formula una breve descrizione dell'idea e del concetto di business
Contenuto	Valutazione dell'idea Organizzazione dell'idea Specificazione dell'idea Sviluppo dell'idea
Strumenti	Strumenti di allenamento • Riassumere – Strutturare una visione generale dell'idea • Il Setaccio delle idee – Prioritarizza le idee • Sviluppo dell'idea • NAF – Novità, Attrattività. Fattibilità
Risultati	Ogni gruppo consegna un'idea specifica Descrivi "Noi faremo … per … da …" • Idea / Cosa • Gruppi target / chi • Implementazione / come

Programma di apprendimento permanente

Il presente progetto ("European Entrepreneurs Campus" - 2012-1-IT1-LEO05-02794) è finanziato con il sostegno della Commissione europea.
L'autore è il solo responsabile di questa pubblicazione e la Commissione declina ogni responsabilità sull'uso che potrà essere fatto delle informazioni in essa contenute.

Riassumere

Partenza Mercato Utente **Idea** Concetto Valutazione

Riassumere è uno strumento utilizzato per creare un quadro generale quando sono state create molte idee

Raggruppare

Ordina le idee per argomenti o in gruppi con punti di contatto comuni (ciò potrebbe anche dare vita ad un dibattito)

Sovrapporre

Scorri tutte le idee ed individua le sovrapposizioni, valutando se l'idea è una copia di alcune altre (come una sorta di sotto-idea dell'idea principale), e se è il caso di cancellarla.

Combinare

Scorri nuovamente tutte le idee e verifica se ci sono delle affiliazioni o combinazioni che possono essere unite in un'unica idea. Fai queste combinazioni di idee se e quando le individui.

Elaborazione

Verifica se l'idea è chiara, concreta e comprensibile da tutti, altrimenti essa dovrà essere rielaborata chiedendo informazioni a chi l'ha proposta. Se non è possibile elaborare ulteriormente l'idea, si provveda a cancellarla.

Rilevanza

Elimina le idee che non hanno alcun valore per la soluzione al problema. Per ogni idea chiedi:

- L'idea è rilevante per l'obiettivo? Se non lo è, cancellala.

FOCUS GENERARE CLASSIFICA SVILUPPA VALUTA

Programma di apprendimento permanente

Il presente progetto ("European Entrepreneurs Campus" - 2012-1-IT1-LEO05-02794) è finanziato con il sostegno della Commissione europea.
L'autore è il solo responsabile di questa pubblicazione e la Commissione declina ogni responsabilità sull'uso che potrà essere fatto delle informazioni in essa contenute.

Il setaccio delle idee

Partenza Mercato Utente **Idea** Concetto Valutazione

Per gerarchizzare un grande numero di idee è possibile utilizzare lo strumento del "setaccio delle idee".
Le tecniche di "Riassumere" e il "Setaccio delle idee" sono complementari e sono strumenti utili soprattutto se utilizzati in questo ordine.
Il "setaccio delle idee" è un metodo per valutare e individuare la priorità fra le idee.
N.B.: questo metodo può funzionare anche da solo.

Criteri di scelta

Scegli uno, due o tre semplici criteri di valutazione.
Esempi:

- L'idea è realizzabile?
- L'idea è utile?
- L'idea è nuova?
- L'idea è competitiva?

Valutazione individuale

Ogni membro del gruppo deve trovare individualmente i propri criteri di valutazione di ogni idea, basandosi sui criteri stabiliti a livello di gruppo.

In base a questa valutazione personale il partecipante assegnerà ad ogni idea un punteggio in base alla seguente scala:

Il criterio è stato rispettato: 2 punti
Il criterio non è stato pienamente rispettato: 1 punto
Il criterio NON è stato rispettato: 0 punti

Stila la classifica

Il leader di ogni gruppo conta i punteggi assegnati. Quando i punti sono stati calcolati le idee sono messe in una classifica basata sul risultato ottenuto.

FOCUS GENERARE CLASSIFICA SVILUPPA VALUTA

Programma di apprendimento permanente

Il presente progetto ("European Entrepreneurs Campus" - 2012-1-IT1-LEO05-02794) è finanziato con il sostegno della Commissione europea.
L'autore è il solo responsabile di questa pubblicazione e la Commissione declina ogni responsabilità sull'uso che potrà essere fatto delle informazioni in essa contenute.

Migliorare l'idea

Partenza Mercato Utente **Idea** Concetto Valutazione

1. **Descrizione dell'idea**
   Tutti i membri del gruppo devono avere chiara la definizione dell'idea.
   Successivamente ciascuno farà la propria descrizione dell'idea, continuando fino a che tutti avranno la stessa percezione.

2. **Punti di forza**
   Trova tutti gli elementi di forza dell'idea

3. **Punti di debolezza**
   Cerca gli elementi di debolezza dell'idea, trova tutte le problematiche.

4. **Migliorare l'idea**
   Osserva gli elementi di forza analizzati al punto 2 e individua tutte le possibilità di miglioramento o sviluppo ulteriore

5. **Migliorare l'idea 2**
   Osserva gli elementi di debolezza analizzati al punto 3 e cerca i modi per ribaltarli. Come si può fare?

6. **Riassumi**
   Valuta le singole idee e i suggerimenti raccolti ai punti 4 e 5. Le idee e i suggerimenti che possono essere utilizzati potranno essere riassunti e utilizzati per completare l'idea originaria.

FOCUS GENERARE CLASSIFICA SVILUPPA VALUTA

Programma di apprendimento permanente

Il presente progetto ("European Entrepreneurs Campus" - 2012-1-IT1-LEO05-02794) è finanziato con il sostegno della Commissione europea.
L'autore è il solo responsabile di questa pubblicazione e la Commissione declina ogni responsabilità sull'uso che potrà essere fatto delle informazioni in essa contenute.

NAF

Partenza Mercato Utente **Idea** Concetto Valutazione

Questo è un metodo semplice per valutare/gerarchizzare potenziali soluzioni ad un problema. Attribuisci un punteggio da 1 a 10 per ognuno dei seguenti punti:

Novità. Quanto è nuova l'idea? Se l'idea non è nuova per la situazione, allora probabilmente non è molto creativa.

Attrattività. Quanto è attrattiva questa soluzione? Risolve completamente il problema? E' soltanto una soluzione parziale?

Fattibilità. Quanto è fattibile mettere in atto l'idea? Creare una macchina del tempo sarebbe sicuramente una grande soluzione per risolvere un problema, ma è davvero possibile realizzarla?

Una volta che saranno state delineate 30 idee potenziali, si potrà facilmente definire quelle più importanti.

FOCUS GENERARE CLASSIFICA SVILUPPA VALUTA

Programma di apprendimento permanente

Il presente progetto ("European Entrepreneurs Campus" - 2012-1-IT1-LEO05-02794) è finanziato con il sostegno della Commissione europea.
L'autore è il solo responsabile di questa pubblicazione e la Commissione declina ogni responsabilità sull'uso che potrà essere fatto delle informazioni in essa contenute.

Consegna modulo 2

Innovation workshop

Numero del team: _____

Nome del team: _____

Descrivi sinteticamente la tua idea seguendo le indicazioni:

"Vogliamo _____ per _____ attraverso _____"

(es. Vogliamo *migliorare i mezzi di trasporto* per *gli studenti* attraverso *la distribuzioni di biglietti economici*")

Si prega di spiegare:

- *Quale* è il tuo piano di realizzazione dell'idea
- *Per chi* lo stai realizzando
- *Come* prevedi di realizzarlo

Programma di apprendimento permanente

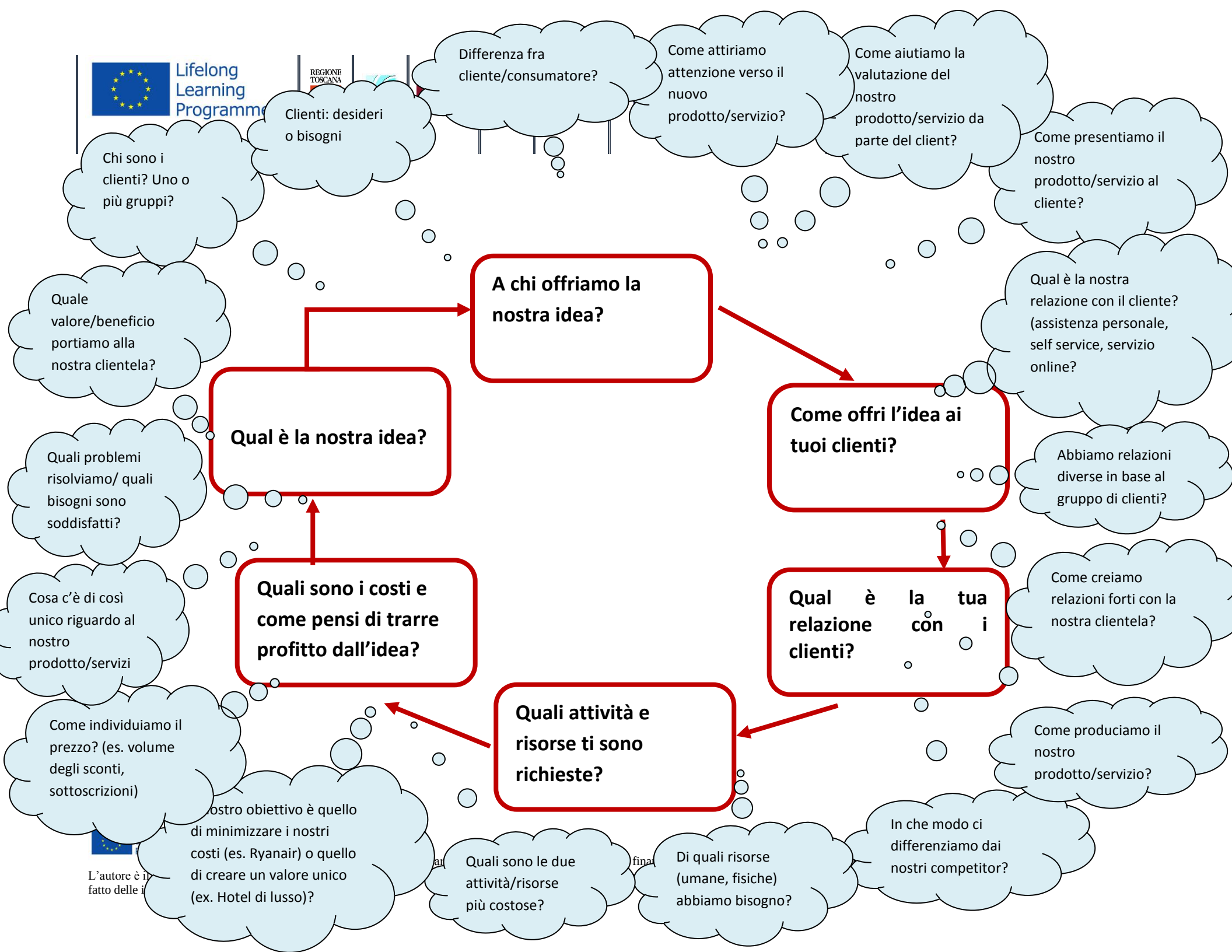
Il presente progetto ("European Entrepreneurs Campus" - 2012-1-IT1-LEO05-02794) è finanziato con il sostegno della Commissione europea.
L'autore è il solo responsabile di questa pubblicazione e la Commissione declina ogni responsabilità sull'uso che potrà essere fatto delle informazioni in essa contenute.

Modulo 3

Modulo 3	Idea, mercato e utenti
Obiettivo	Descrivi il business potenziale legato alla tua idea
Contenuto	Il business potenziale – la sostenibilità finanziaria dell'idea Il Business Model Canvas Descrivi il mercato, i clienti e i competitor Chi sono i tuoi utenti "Fuori i soldi" Visualizza l'idea
Strumenti	Il Cerchio del Business – quali elementi sono alla base del tuo business Il Business Model Canvas – basato sul Cerchio del Business Fogli di allenamento dello strumento: - I profili degli utenti – illustra chi sono i clienti - Schizzi – visualizzare il concetto -
Risultati	Business Model Canvas

Programma di apprendimento permanente

Il presente progetto ("European Entrepreneurs Campus" - 2012-1-IT1-LEO05-02794) è finanziato con il sostegno della Commissione europea.
L'autore è il solo responsabile di questa pubblicazione e la Commissione declina ogni responsabilità sull'uso che potrà essere fatto delle informazioni in essa contenute.


Differenza fra cliente/consumatore?
Come attiriamo attenzione verso il nuovo prodotto/servizio?
Come aiutiamo la valutazione del nostro prodotto/servizio da parte del client?
Clienti: desideri o bisogni
Chi sono i clienti? Uno o più gruppi?
Come presentiamo il nostro prodotto/servizio al cliente?
A chi offriamo la nostra idea?
Quale valore/beneficio portiamo alla nostra clientela?
Qual è la nostra relazione con il cliente? (assistenza personale, self service, servizio online?
Qual è la nostra idea?
Come offri l'idea ai tuoi clienti?
Quali problemi risolviamo/ quali bisogni sono soddisfatti?
Abbiamo relazioni diverse in base al gruppo di clienti?
Quali sono i costi e come pensi di trarre profitto dall'idea?
Qual è la tua relazione con i clienti?
Cosa c'è di così unico riguardo al nostro prodotto/servizi
Come creiamo relazioni forti con la nostra clientela?
Quali attività e risorse ti sono richieste?
Come individuiamo il prezzo? (es. volume degli sconti, sottoscrizioni)
Come produciamo il nostro prodotto/servizio?
ostro obiettivo è quello di minimizzare i nostri costi (es. Ryanair) o quello di creare un valore unico (ex. Hotel di lusso)?
Quali sono le due attività/risorse più costose?
Di quali risorse (umane, fisiche) abbiamo bisogno?
In che modo ci differenziamo dai nostri competitor?

Il Modello di Business (basato sul Cerchio del Business)

Qual è la tua idea?	A chi offri la tua idea?	Come offri l'idea ai tuoi clienti?	Qual è la tua relazione con i clienti?

Quali attività e risorse ti sono richieste?	Quali sono i costi e come pensi di trarre profitto dall'idea?

Il presente progetto ("European Entrepreneurs Campus" - 2012-1-IT1-LEO05-02794) è finanziato con il sostegno della Commissione europea.
L'autore è il solo responsabile di questa pubblicazione (comunicazione) e la Commissione declina ogni responsabilità sull'uso che potrà essere fatto delle informazioni in essa contenute.

I profili degli utenti

Partenza Mercato **Utente** Idea Concetto Valutazione

Trova un soggetto che rappresenti un gruppo di utenti. Il profilo di un utente dovrebbe riuscire a descriverlo fin nei dettagli. Esempio:

Nome Dai un nome a questo utente. Ti accorgerai che non riuscirai a dargli/darle un nome qualunque

Ritratto. Trova una foto per raffigurare il profilo. Aiuterà la tua immaginazione.

Demografia. Determinane il sesso, l'età, lo stato di famiglia, l'indirizzo, l'occupazione, la formazione, il reddito, ecc.

Obiettivi personali e valori. Immagina gli obiettivi che questa persona vorrebbe poter raggiungere ed i suoi valori, sia a livello generale che specifico, ovvero riferiti alla nostra area di interesse. Individua cosa va bene e cosa no.

Consumo e abitudini di acquisto. Se il tuo prodotto/servizio è per uso privato è particolarmente rilevante considerare quale tipo di prodotto specifico e di marca viene acquista dal profilo – e dove questi si recherebbe per acquistarlo.

I bisogni. Individua quali sono i bisogni specifici e i problemi riscontrabili in base all'area di interesse

Capacità. Immagina quanta esperienza e conoscenza abbia la persona riguardo all'are del prodotto/servizio; quali siano le sue abitudine e dove si trovino i limiti della sua abilità

Prospettiva sui compiti e sul prodotto. Per quale ragione la persona potrebbe utilizzare il prodotto o il servizio e in che modo potrebbero aiutarlo nella sua vita quotidiana? Individua quale sia il ruolo della persona nel momento in cui il prodotto/servizio è utilizzato.

Lifelong Learning Programme

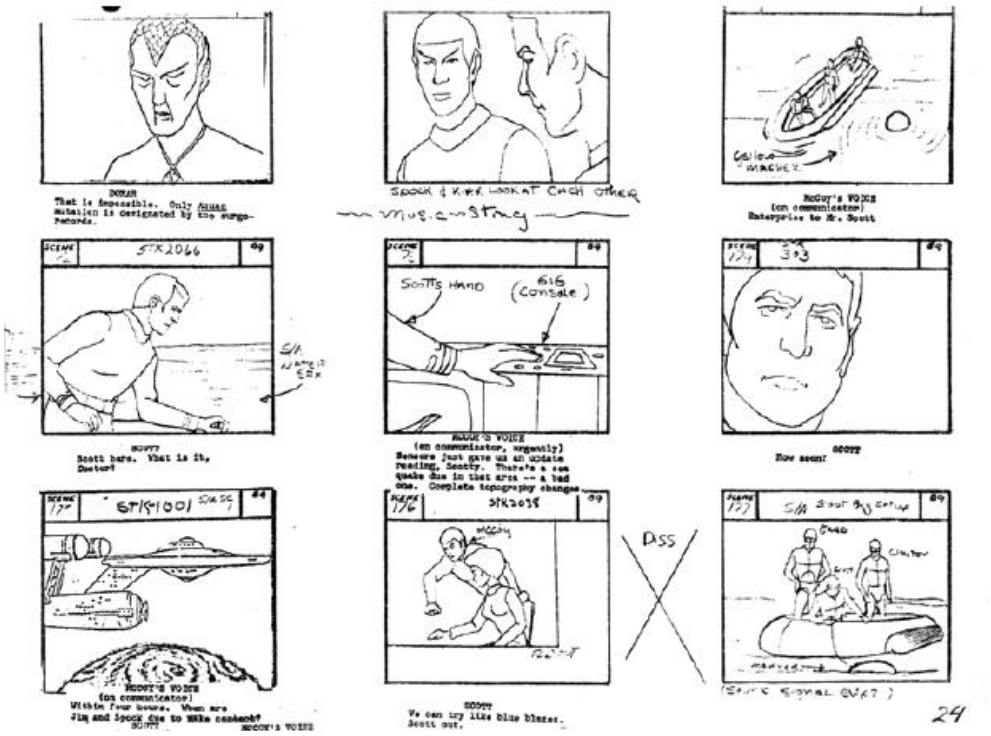
Il presente progetto ("European Entrepreneurs Campus" - 2012-1-IT1-LEO05-02794) è finanziato con il sostegno della Commissione europea.
L'autore è il solo responsabile di questa pubblicazione (comunicazione) e la Commissione declina ogni responsabilità sull'uso che potrà essere fatto delle informazioni in essa contenute.

Storyboard

Partenza | Mercato | **Utente** | Idea | Concetto | Valutazione

Realizza **fumetti** o **scenette** che rappresentano gli utenti *target* che stanno utilizzando il prodotto o il servizio. Concentrati sulle azioni e situazioni critiche.

Potresti anche utilizzare fotografie per illustrare la scena. Falle tu stesso mentre osservi gli utenti in azione o cercale sul web.



Il presente progetto ("European Entrepreneurs Campus" - 2012-1-IT1-LEO05-02794) è finanziato con il sostegno della Commissione europea.
L'autore è il solo responsabile di questa pubblicazione (comunicazione) e la Commissione declina ogni responsabilità sull'uso che potrà essere fatto delle informazioni in essa contenute.

Consegna del modulo modulo 3

Innovation workshop

Numero del team: _____

Nome del team: _____

Il tuo concetto di business:

Consegna la descrizione del tuo concetto di business basato sul Cerchio del Business e sul Business Model Canvas

Il presente progetto ("European Entrepreneurs Campus" - 2012-1-IT1-LEO05-02794) è finanziato con il sostegno della Commissione europea.
L'autore è il solo responsabile di questa pubblicazione (comunicazione) e la Commissione declina ogni responsabilità sull'uso che potrà essere fatto delle informazioni in essa contenute.

Modulo 4

Modulo 4	Lancia la tua idea
Obiettivo	Presentare l'idea – vendi la tua idea e il concetto di business
Contenuto	Competenze per la presentazione Imparare a lanciare l'idea Preparare il lancio
Strumenti	Power Point sul lancio
Risultati	Ogni gruppo presenta il lancio in 3 minuti, concentrandosi su come vendere l'idea e includendo, ad esempio, una presentazione in Power Point, schizzi, poster, video, ecc.

Il presente progetto ("European Entrepreneurs Campus" - 2012-1-IT1-LEO05-02794) è finanziato con il sostegno della Commissione europea.
L'autore è il solo responsabile di questa pubblicazione (comunicazione) e la Commissione declina ogni responsabilità sull'uso che potrà essere fatto delle informazioni in essa contenute.

Consegna del modulo modulo 4

Innovation workshop

Numero del team: _____

Nome del team: _____

Il tuo lancio/presentazione:

Presentazione sotto forma di Power Point, immagini, slide, poster o appunti in 3 minuti.

Il presente progetto ("European Entrepreneurs Campus" - 2012-1-IT1-LEO05-02794) è finanziato con il sostegno della Commissione europea.
L'autore è il solo responsabile di questa pubblicazione (comunicazione) e la Commissione declina ogni responsabilità sull'uso che potrà essere fatto delle informazioni in essa contenute.

Modulo 5

Modulo 5	Lancio finale e valutazione
Obiettivo	Presentare l'idea Valutare le idee e selezionare la più promettete ed il relativo concetto di business
Contenuto	Presentare l'idea di fronte alla giuria
Strumenti	Form di valutazione in una scala 1 - 5
Risultati	Tutti i gruppi fanno la loro presentazione Ogni team da' il proprio feedback *And the winner is..*

Il presente progetto ("European Entrepreneurs Campus" - 2012-1-IT1-LEO05-02794) è finanziato con il sostegno della Commissione europea.
L'autore è il solo responsabile di questa pubblicazione (comunicazione) e la Commissione declina ogni responsabilità sull'uso che potrà essere fatto delle informazioni in essa contenute.

Valutazione

Innovation workshop

Nome del membro di giuria: _____

Numero del team: _____

Nome del team: _____

Su una scala da 1 a 5 è necessario valutare i seguenti elementi (5 è il voto migliore)

L'idea è: **attraente**	
L'idea è: **realizzabile**	
L'idea è: **fantasiosa**	
L'idea è: **utile**	
L'idea è: **profittevole**	
Come è stata la **presentazione**	
TOTALE	

Il presente progetto ("European Entrepreneurs Campus" - 2012-1-IT1-LEO05-02794) è finanziato con il sostegno della Commissione europea.
L'autore è il solo responsabile di questa pubblicazione (comunicazione) e la Commissione declina ogni responsabilità sull'uso che potrà essere fatto delle informazioni in essa contenute.

Innovation workshop // draft

Giorno e orario	Lunedì	Martedì	Mercoledì
9.00 – 9.15 9.15 – 11.30 Break 10.00 – 10.30	Incontro con i tutor Benvenuto e introduzione Introduzione a: - Campus, Prof. Andrea P. Cornett, SDU - Il corso di Imprenditorialità, Britta Boyd, SDU - IDEA Entrepreneurship Centre, Ken Holm Thomsen, IDEA - Il workshop d'Innovazione, Ken Holm Thomsen, IDEA - Contenuto e materiali - Informazioni tecniche - Presentazione del caso, Carina Pedersen, Project Zero - Introduzione all'ideazione e all'imprenditorialità - Presentazione degli assistenti dei gruppi e degli studenti	Benvenuto e introduzione alla giornata, Ken Holm Thomsen, IDEA Modulo III – Idea, mercato, utenti Il potenziale della tua idea e il tuo concetto di business. - Il Cerchio del Business - Il tuo modello di business - Mercato, clienti, competitor, stakeholder - Visualizza l'idea Domande e Risposta con Project Zero (azienda che ha presentato la sfida)	Benvenuto e introduzione alla giornata, Ken Holm Thomsen, IDEA Modulo IV – Lancio dell'idea Vendi la tua idea e convinci gli stakeholder. Prepara un lancio di 3 minuti, con l'utilizzo di Powerpoint, poster, ecc.
11.30 – 12.30	Pranzo	Pranzo	Pranzo

Il presente progetto ("European Entrepreneurs Campus" - 2012-1-IT1-LEO05-02794) è finanziato con il sostegno della Commissione europea.
L'autore è il solo responsabile di questa pubblicazione (comunicazione) e la Commissione declina ogni responsabilità sull'uso che potrà essere fatto delle informazioni in essa contenute.

12.30 – 15.00	Lavoro di gruppo (gruppi di 5 studenti) Sessione creativa Modulo I – Sessione creativa e generazione di idee - Dove cercare le idee - Cosa cercare - Generare idee Utilizzare gli strumenti forniti per ogni fase Ogni gruppo consegna 3 – 5 idee al proprio tutor Modulo II – La valutazione dell'idea e il loro miglioramento - Valutare le idee - Fare uscire le idee - Rendere specifiche le idee - Migliorare le idee Ogni gruppo sceglie 1 idea e ne fa una breve descrizione, la presenta agli altri gruppi. Questi danno i loro feedback e viceversa. Ogni gruppo consegna 1 specifica idea. - Cosa - A chi / gruppo target - Come / realizzazione	Lezione su come presentare l'idea, Ken Holm Thomsen Modulo III – Idea, mercato, utenti (continua) Ogni gruppo consegna in una pagina la descrizione della propria idea e del concetto di business. Es. Sottoforma di un modello di business	Modulo V – Presentazione finale Ogni gruppo presenta la propria idea e il concetto di business. 3 minuto di presentazione che includa elementi visuali Conclusioni e premiazione

Il presente progetto ("European Entrepreneurs Campus" - 2012-1-IT1-LEO05-02794) è finanziato con il sostegno della Commissione europea.
L'autore è il solo responsabile di questa pubblicazione (comunicazione) e la Commissione declina ogni responsabilità sull'uso che potrà essere fatto delle informazioni in essa contenute.