punto
impresa
digitale

Camera di Commercio
Cuneo

BENVENUTI!

Cristian Ranallo
Camera di commercio di Cuneo

15 gennaio 2020

Il Punto Impresa Digitale: linee di intervento

Il PID nasce su espressa previsione del Ministero dello sviluppo economico nell'ambito del **piano nazionale Impresa 4.0**.

1. **Diffusione** delle **conoscenze digitali** delle imprese
2. Valutazione della **maturità digitale**
3. **Punto di raccordo** con soggetti specializzati
4. **Sostegno economico** agli investimenti tecnologici

1) Diffusione delle conoscenze digitali:

Servizi formativi e informativi per le imprese

Il PID informa e orienta le imprese verso:

- **cultura digitale,**
- **tecnologie 4.0,**
- **incentivi per la digitalizzazione.**

*E si rivolge a imprese di ogni **settore** e **dimensione** per creare consapevolezza attiva sulle soluzioni 4.0.*

Il portale dei Punti Impresa Digitali:

www.puntoimpresadigitale.camcom.it

2) Valutazione della maturità digitale delle imprese

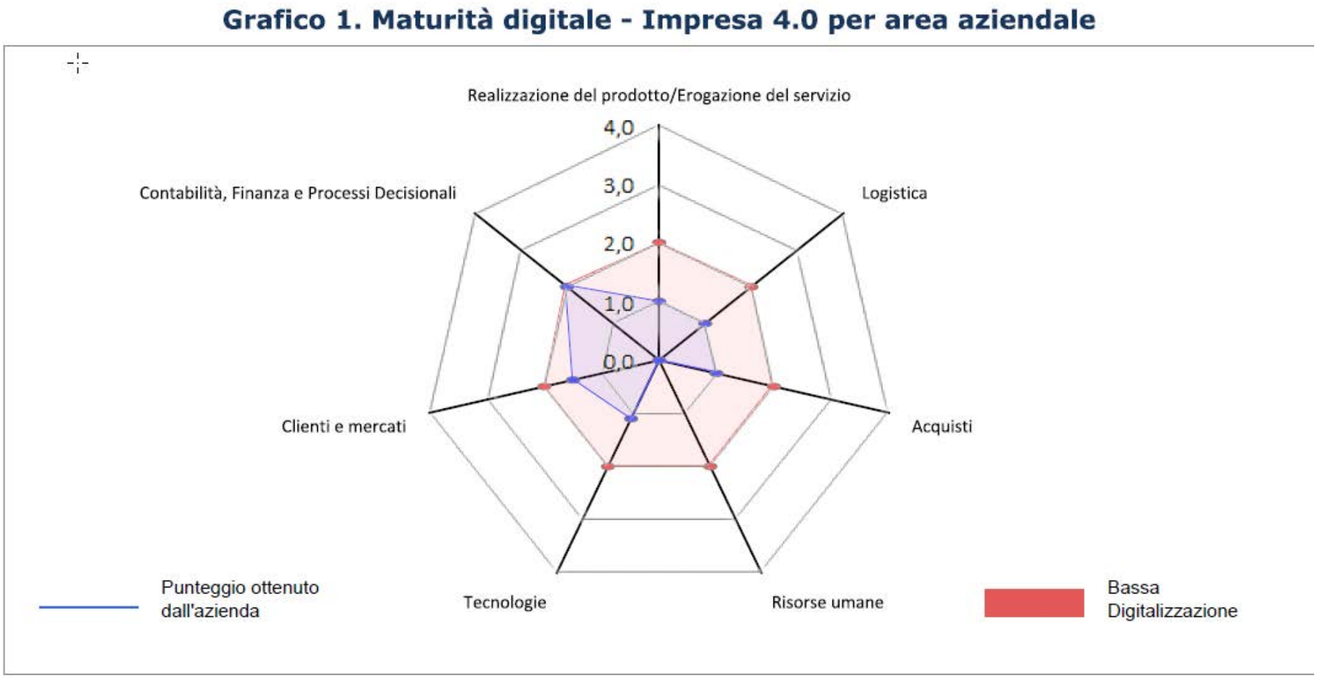
SELF|4.0

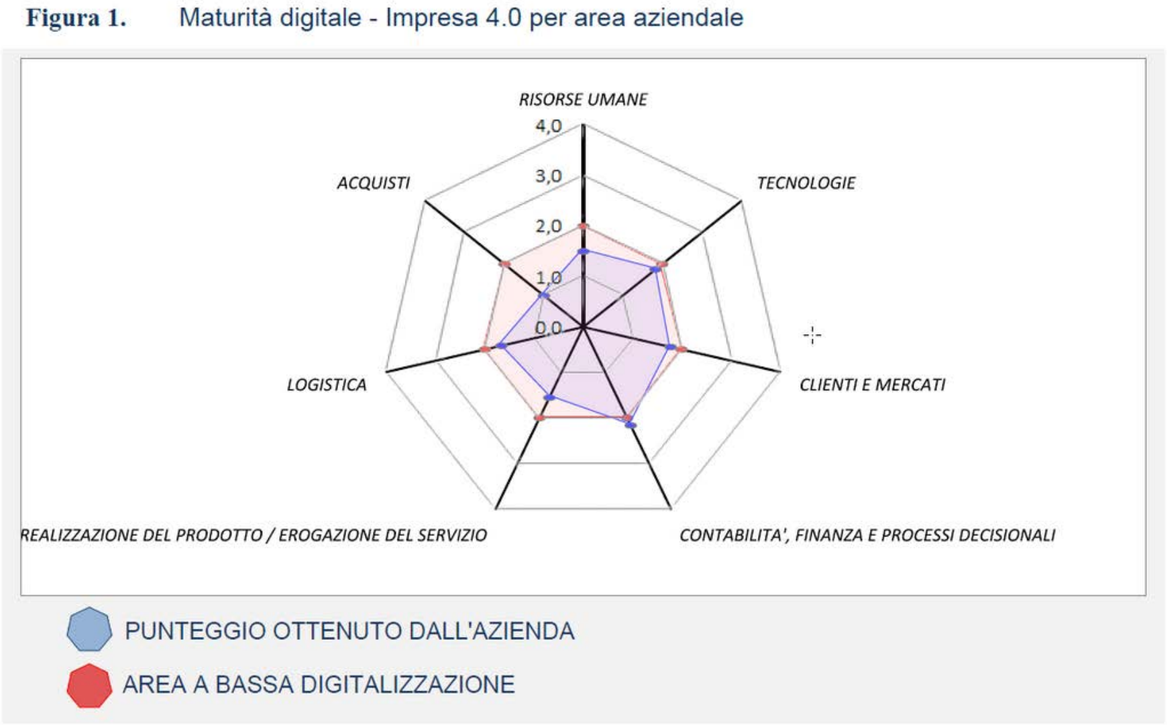
Collegati al sito
www.puntoimpresadigitale.camcom.it
e seleziona digital assessment

Al Selfi4.0 potrà seguire **Zoom4.0,** una valutazione gratuita più approfondita, effettuata da un digital promoter presso l'azienda.

e l'assistenza di un **Digital Mentor**

TROVA LE DIFFERENZE





SELFI

ZOOM

AREA	PROCESSI AZIENDALE	PROGRAMMAZIONE					OPERATIONS					MONITORAGGIO				
		N.V.	A	I	D	4.0	N.V.	A	I	D	4.0	N.V.	A	I	D	4.0
CONTABILITA', FINANZA E PROCESSI DECISIONALI	Processi decisionali															
	Contabilità e finanza															
CLIENTI E MERCATI	Marketing															
	Vendite															
	Assistenza e servizi post-vendita															
TECNOLOGIE	Sistemi informativi															
	Progettazione, Ricerca e Sviluppo															
RISORSE UMANE	Gestione del personale															
	Fornitori															

LEGENDA: N.V.: NON VALUTATO, A: ANALOGICO, I: INFORMATIZZATO, D: DIGITALE, 4.0: VERSO IL 4.0

ORIENTAMENTO VERSO FORNITORI INNOVATIVI

DIH Digital Innovation Hub

CLEVER CLEANTECH & ENERGY INNOVATION CLUSTER

POLO ICT managed by torinowireless

POLO AGRIFOOD REGIONE PIEMONTE

mesap smart products and manufacturing

po.in.tex Polo Innovazione Tessile

START UP INNOVATIVE

Ministero dello Sviluppo Economico

registroimprese.it

INCUBATORE 2i3T IMPRESE UNIVERSITÀ DI TORINO

INCUBATORE D'IMPRESE DELL'UNIVERSITÀ DI TORINO

i3P INCUBATORE POLITECNICO DI TORINO

punto impresa digitale

Camera di Commercio Cuneo

PROGETTARE LA TRASFORMAZIONE DIGITALE CON IL DESIGN THINKING

Cristian Ranallo
Camera di commercio di Cuneo

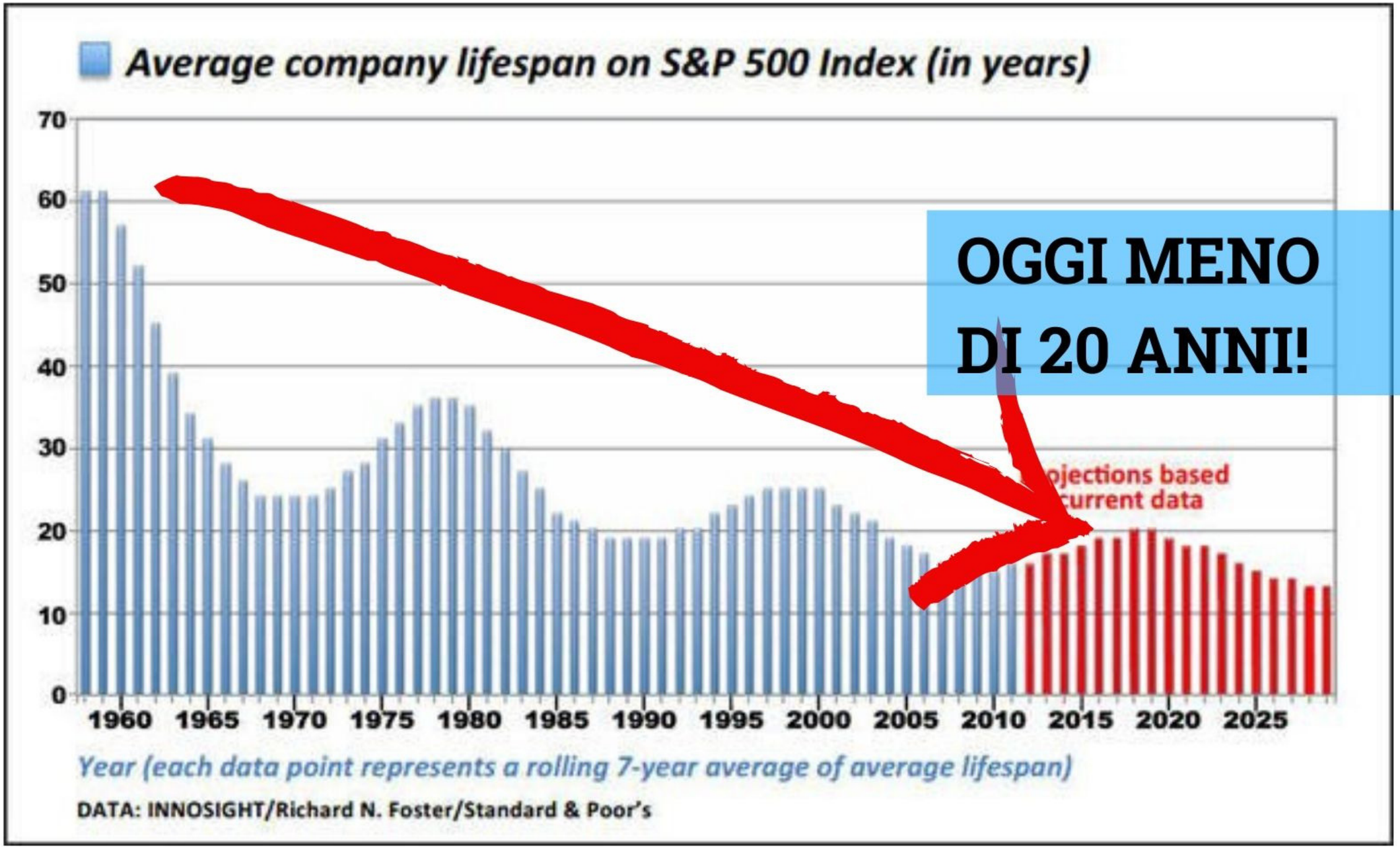
15 gennaio 2020

Fonte:Nick Burns photography.Tutti i diritti riservati

Scenario

Una volta

Benvenuti nella realtà



OGGI MENO DI 20 ANNI!

Il mercato è cambiato

Commercio globale
Comunicazioni in tempo reale
Trasporti sempre più veloci

La concorrenza è cambiata

Prezzi sempre più competitivi

La concorrenza è cambiata

amazon logistics

Leasing of aircraft for long distance.

Trailer truck purchase.

Warehouse Robots

Amazon Prime Air

Amazon Flex Delivery on Demand

« EVERYTHING, EVERYWHERE, ALL THE TIME »

Amazon : continuous innovation dedicated to customer service .

È SEMPRE PIÙ DIFFICILE ESSERE COMPETITIVI SUL SERVIZIO

Le aziende sono cambiate

La comunicazione è cambiata

LE ABITUDINI SONO CAMBIATE

L’utente è molto più preparato, più esigente e “meno fedele”.
È in continuo movimento, è incostante e frettoloso,
e si dirige solo verso i contenuti più utili e interessanti.

L’INFORMAZIONE È CAMBIATA

Oggi i clienti si informano sui i blog e sui social
network, confrontano i prodotti con quelli
della concorrenza, leggono i feedback di altri clienti.

La tua azienda è pronta per la trasformazione digitale?

Cosa s'intende per trasformazione digitale?

INSERIMENTO DI ELEMENTI DIGITALI NEI PROCESSI CON LO SCOPO DI RENDERE PIÙ EFFICACI, RAPIDE ED ECONOMICHE LE ATTIVITÀ

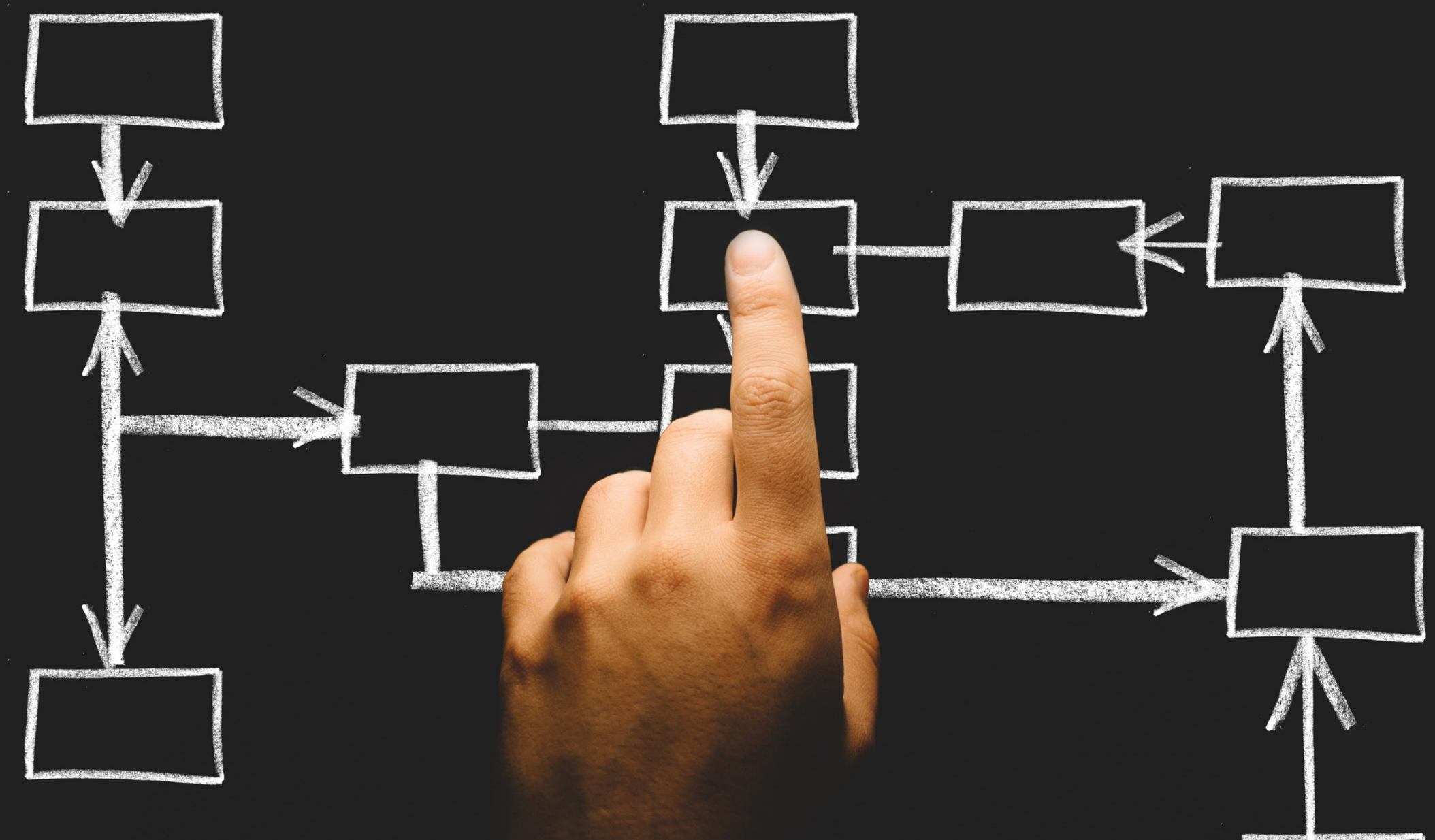
OPPORTUNITA'

- Tempi più veloci di realizzazione
- Maggiore precisione
- Risparmio economico
- Maggiore conoscenza
- Velocità di aggiornamento
- Comunicazioni più rapide

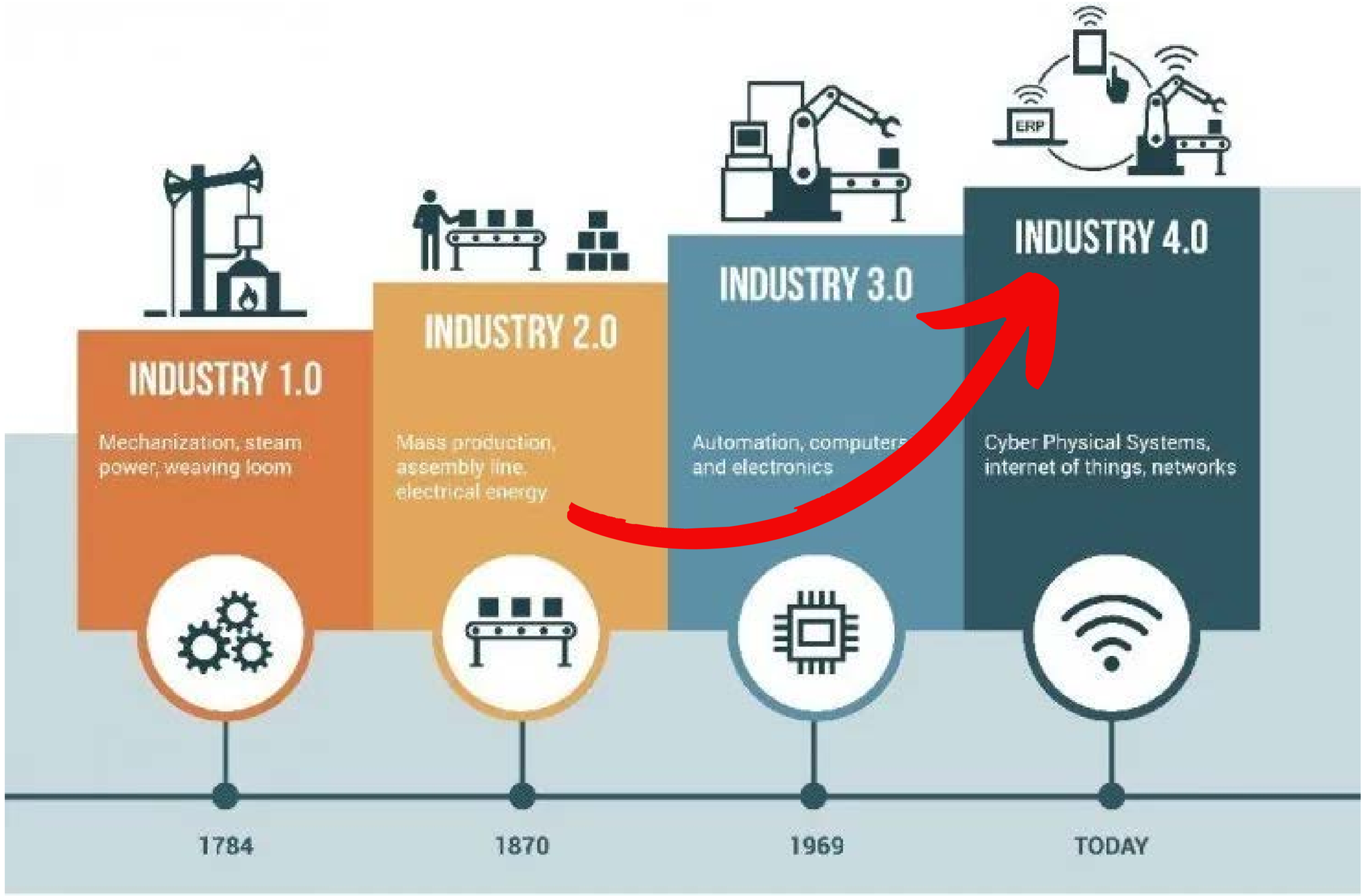
RISCHI

- Rapida espansione di nuovi concorrenti
- Forte calo dei prezzi
- Sviluppo nuove forme di concorrenza
- Consumi più soggetti ad improvvisi cali
- Smaterializzazione dell'esperienza

In azienda: uso interno del digitale



In azienda: uso del digitale, raccolta, analisi e previsioni



GESTIONE DA REMOTO
(ES. AZIONAMENTO STRUMENTAZIONE)

slack

COMUNICAZIONE CON I FORNITORI E CLIENTI (ES.INTERSCAMBIO ORDINI)

COMUNICAZIONE INTERNA (ES.PROGRAMMA GESTIONALE O DI COMUNICAZIONE)

Digital Transfor...
Cris

Jump to...

Threads

Drafts
Kyber

Channels
general
no_party_no_master
project-work
random
stoccarda
trendytex_projectwork
unn niastoccarda

+ Add a channel

Direct Messages
Slackbot
Cris (you)
Andrea di Castri
Andreea Tita
Gian Luca Capitoni
Matteo Luca Brilli
Mauro
Pierpaolo

+ Invite people

Apps

trendytex_projectwork
7 | 15 | Add a topic

Search

Yesterday

14 Cu er care&After sales da inser ne! Inserire anche la vendita qui del fine uso. Ricordo p capi noleggio 4 gg (10 usi), 45 gg (3 usi), 6 mesi (2 usi) Dopo un anno in ogni caso ho calcolato ndita di tutto il noleggiato. Ps ho tradotto tutto in inglese! (edited)

PowerPoint Prese tion

PW Trendytex consegna finale_20191213.pptx
22 MB PowerPoint Presentation

6 replies Last reply 20 hours ago

Andreea Tita 1

@Cris ecco time modifiche

Power esentation

PW Trendytex consegna finale_20191213.pptx
22 MB PowerPoint Presentation

Today

Cris 12:14 AM

@channel consegna in piattaforma non andata a buon fine perchè file troppo pesante. Ho inviato We transfer che è funzionato solo ora https://we.tl/t-LRT2d3LCV6 (edited)

image.png

Destinatari

About this channel

Channel Details

Highlights

15 Pinned Items

Andreea Tita Nov 25th at 11:27 PM
2 files

PW Trendytex 3°consegna_20191125.pdf
2 MB PDF

PW Trendytex 3°consegna_20191125.pptx
7 MB PowerPoint Presentation

trendytex_projectwork | View message

Andreea Tita Nov 25th at 8:29 PM
PowerPoint Presentation

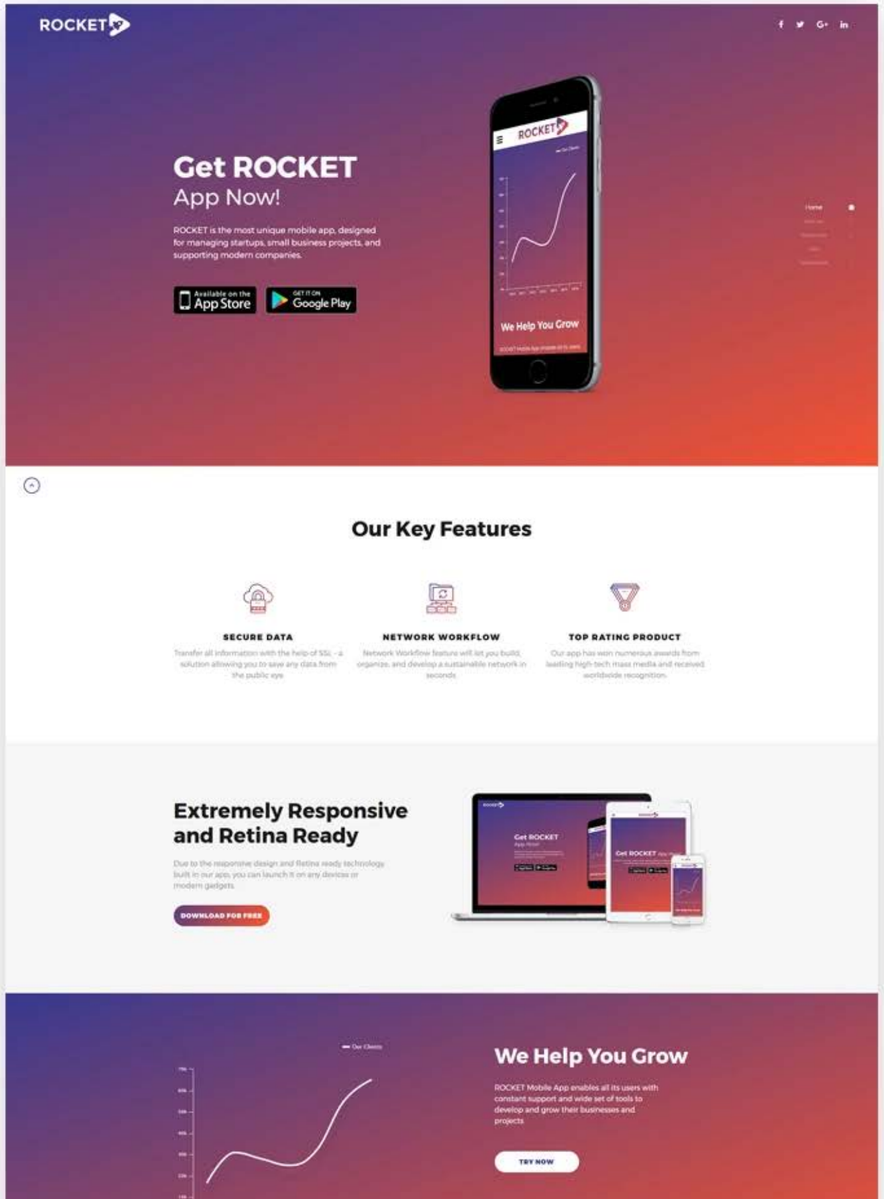
Project per Andreea.pptx
121 kB PowerPoint Presentation

slack

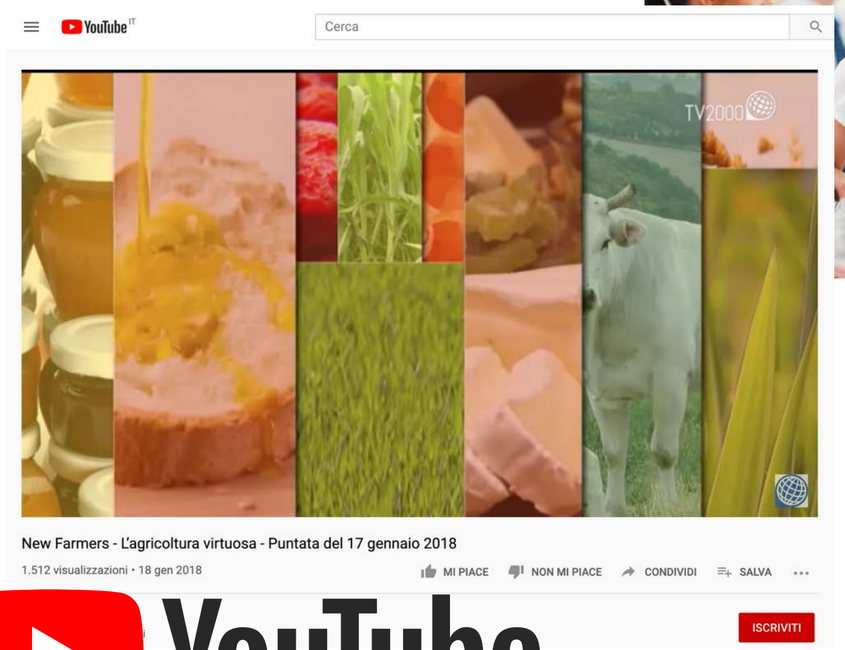
In azienda: uso esterno del digitale

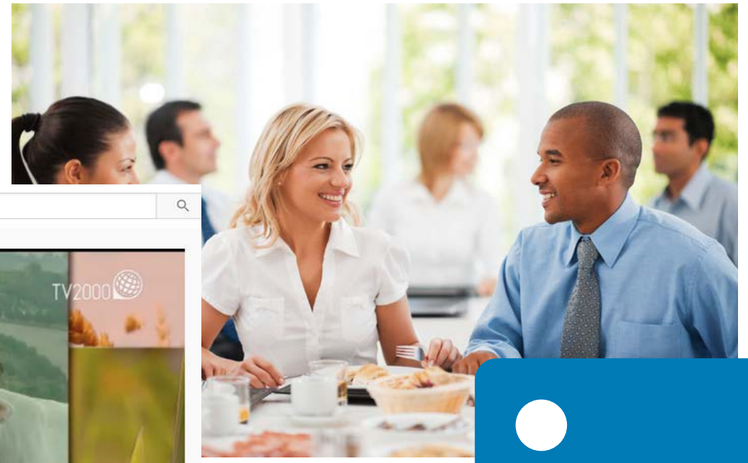
- Comunicazione con i clienti
- Sviluppo del proprio marchio

Sito internet/landing page



Pagine comunicazione social





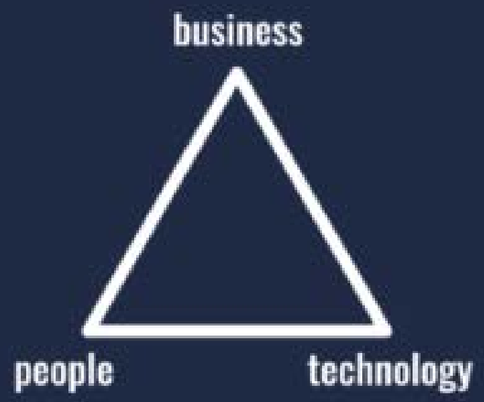
DESIGN THINKING

“Chi fa business si occupa delle cose non come sono, ma come potrebbero essere”.
Herbert Simon

DESIGN THINKING

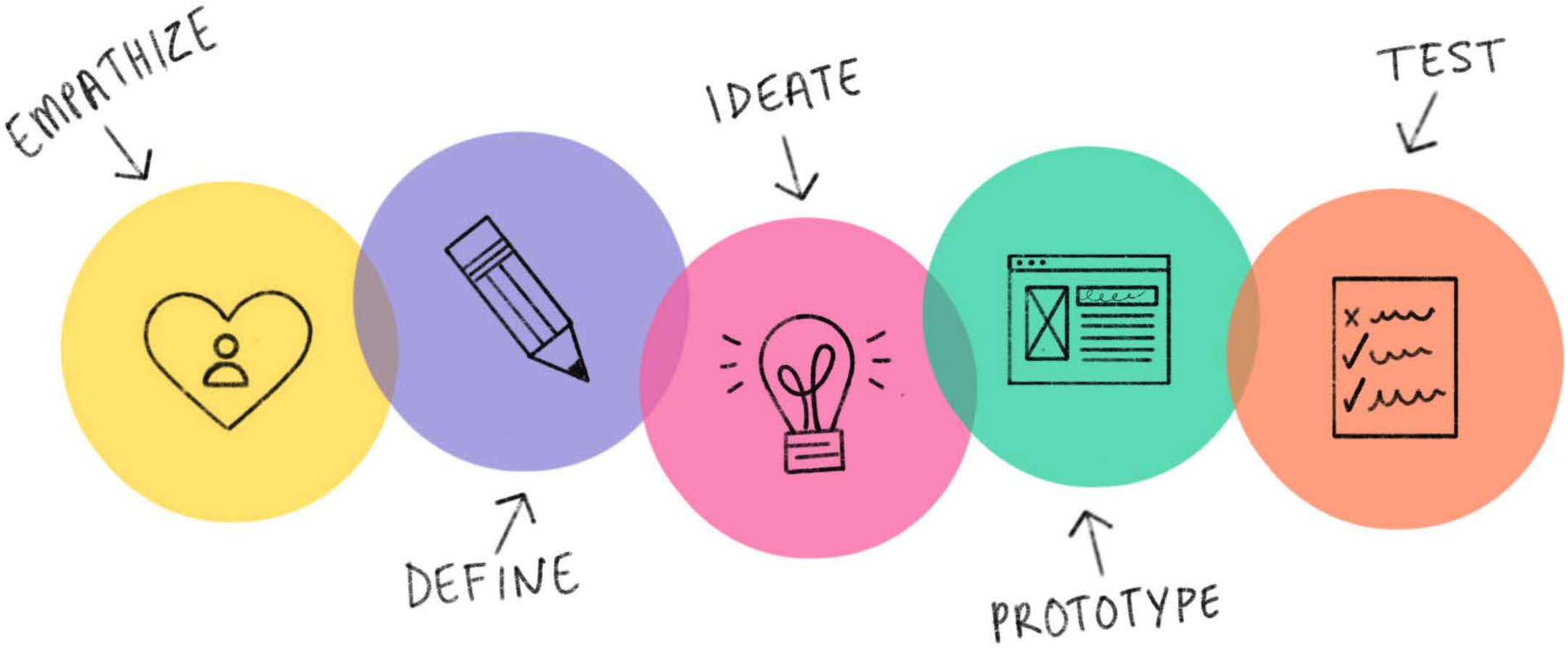
Il business deve sempre guardare al futuro, non dev'essere un sistema statico ma bensì mutevole, alla ricerca della costante innnovazione.
Il Design Thinking è la risposta a questa necessità di evoluzione: è un metodo di esplorazione aziendale innovativo e dinamico, che mette in primo piano la visione delle persone rispetto a quella della tecnologia.

Approccio tradizionale

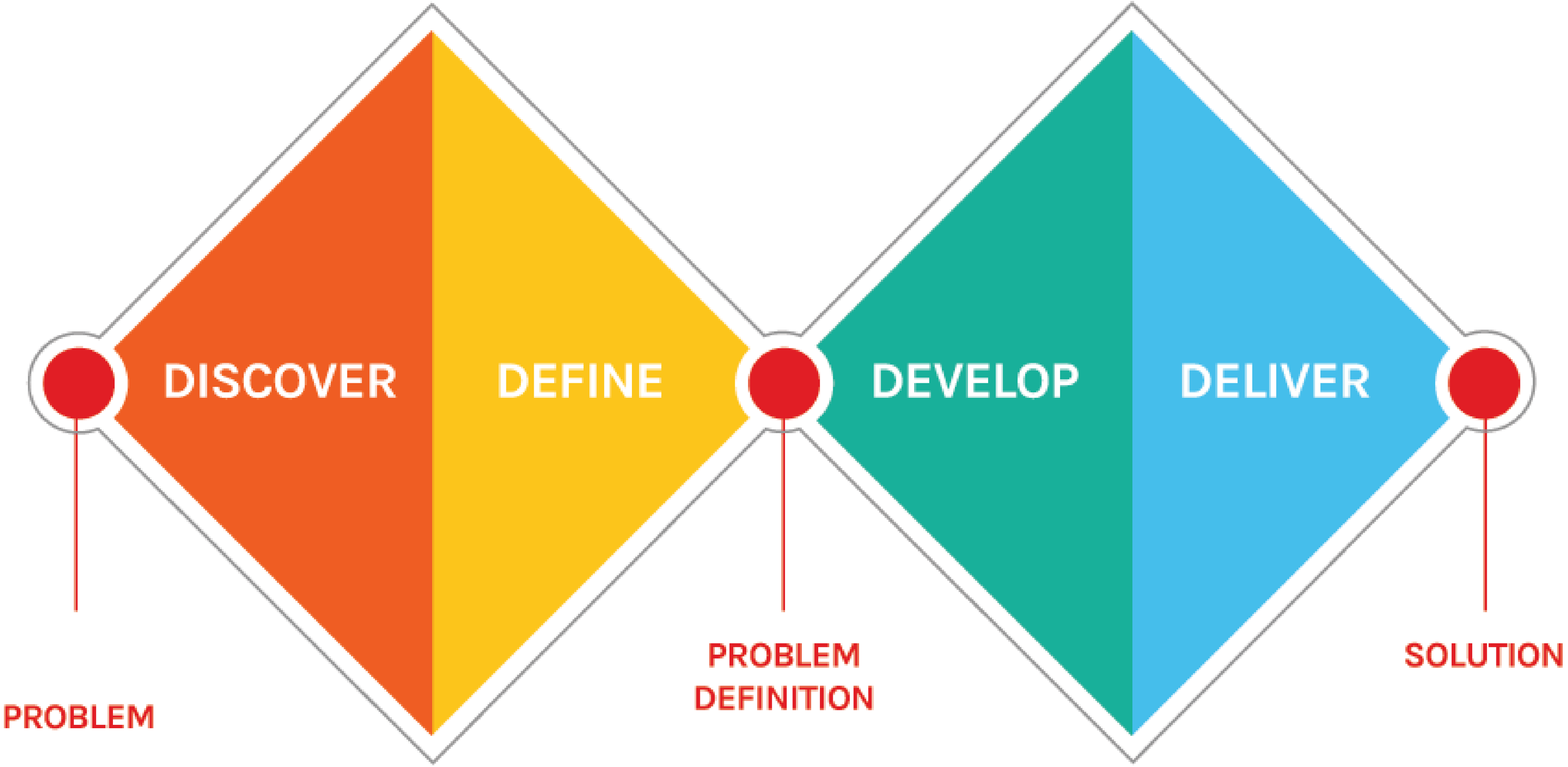


Design Thinking

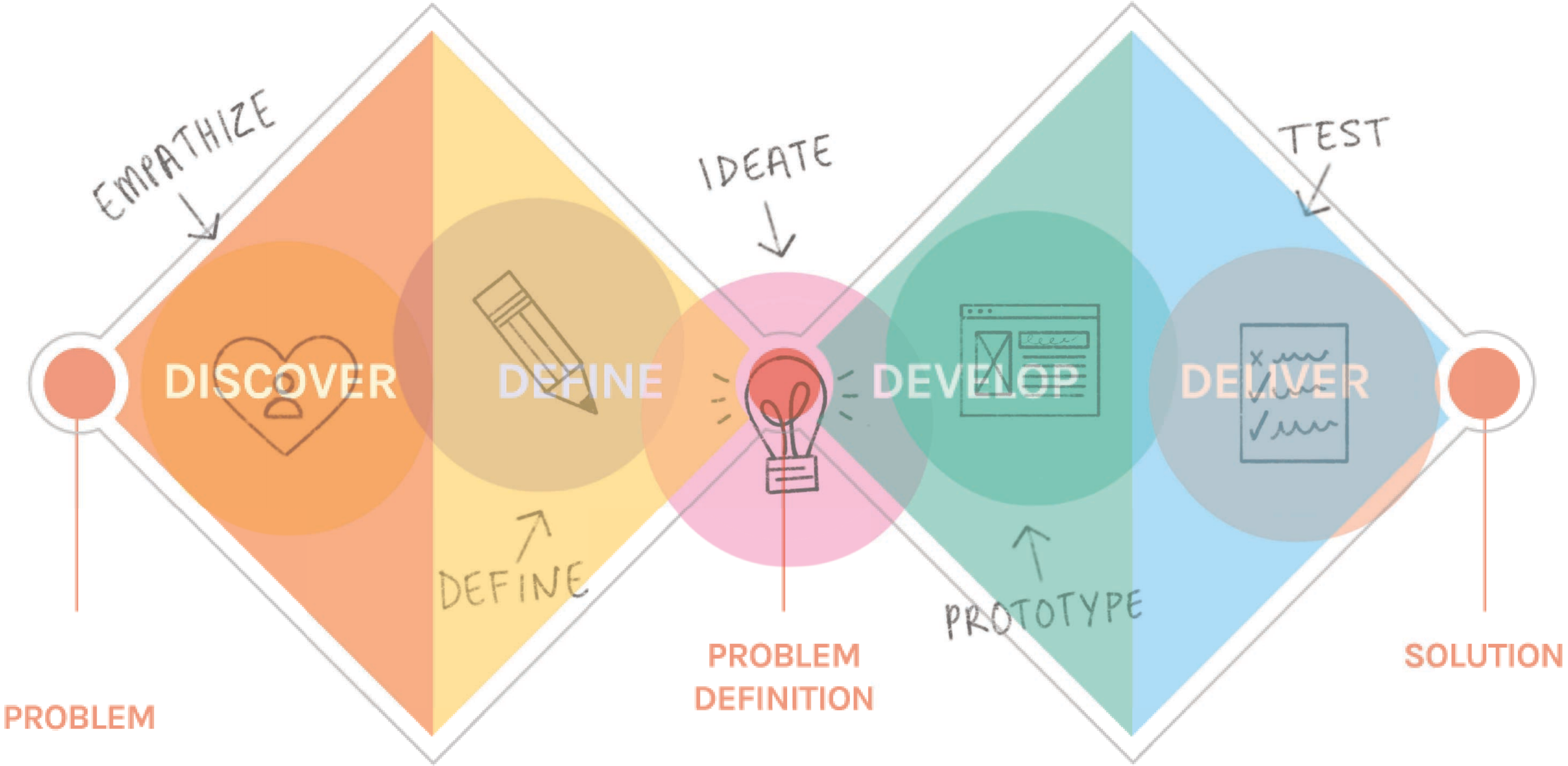
DESIGN THINKING



DESIGN THINKING



DESIGN THINKING



DESIGN THINKING: customer approach

- **Creative Problem Solving:** prevede la comprensione dei bisogni dell'utente, ipotizza un gran numero di possibili soluzioni per soddisfarle, per poi individuare la soluzione più efficace.

- **Sprint Execution:** ha come obiettivo la realizzazione di un prodotto/servizio da lanciare sul mercato, potenzialmente capace di rispondere alle esigenze degli utenti.

- **Creative Confidence:** a differenza dei precedenti, punta direttamente sul coinvolgimento delle persone per creare e alimentare una cultura organizzativa e una mentalità adatte ad affrontare con fiducia i processi di innovazione.

- **L'Innovation of Meaning:** è l'approccio col quale le imprese ridefiniscono la visione aziendale, i messaggi e i valori legati ai prodotti e ai servizi che offrono.

DESIGN THINKING: strategia

Clienti

Customer Decision journey
interviste qualitative a clienti e potenziali, individuazione delle personas e relative Customer Decision journey

Azienda

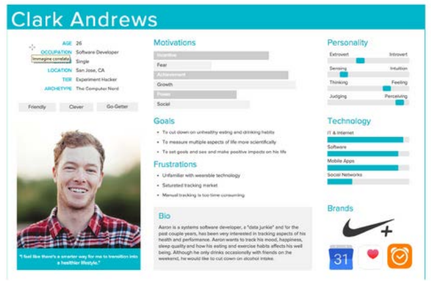
Assessment interno
interviste agli stakeholder interni per identificare opportunità e criticità interne

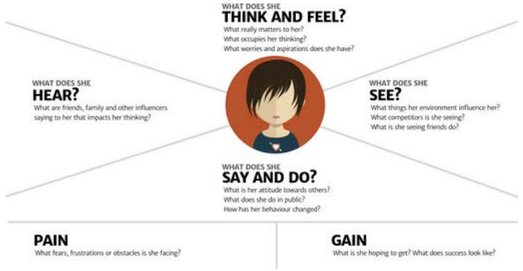
Contesto competitivo

Analisi competitor
individuazione principali competitor, analisi dei loro canali digitali e comparazioen con l'azienda

DESIGN THINKING: gli strumenti

Costruire le personas

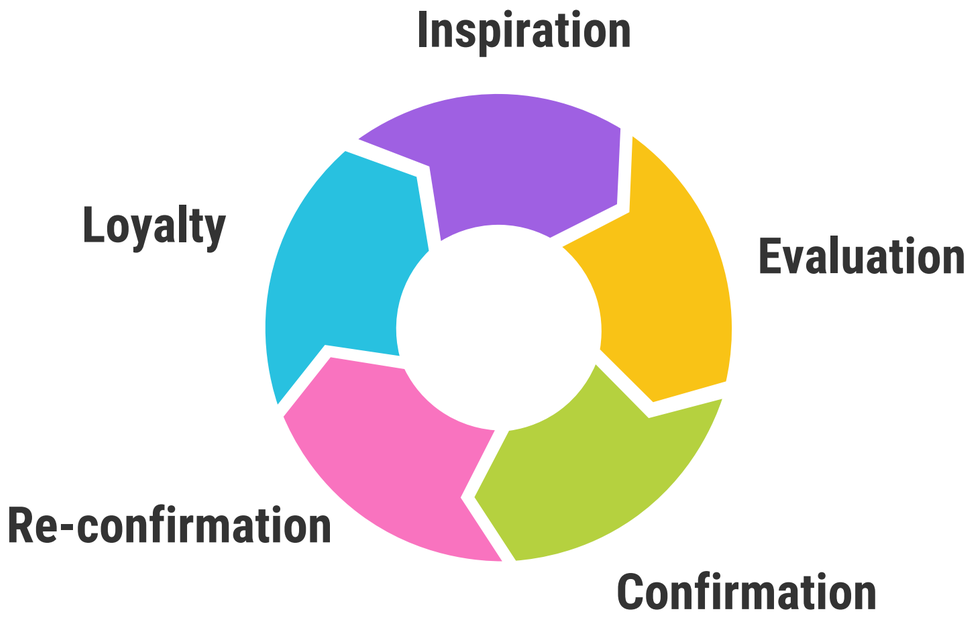




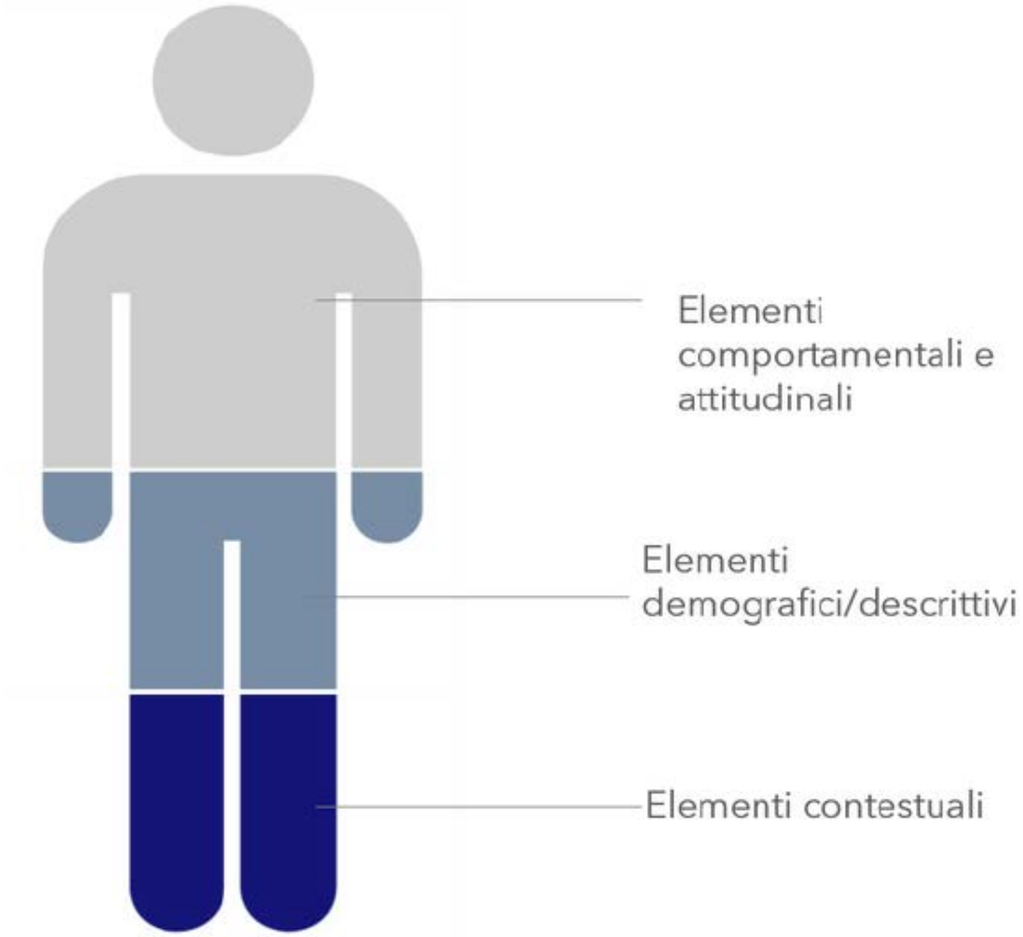
Mappare i touch points

	On line	Off line
Rilevanza ↓		

Disegnare la customer journey

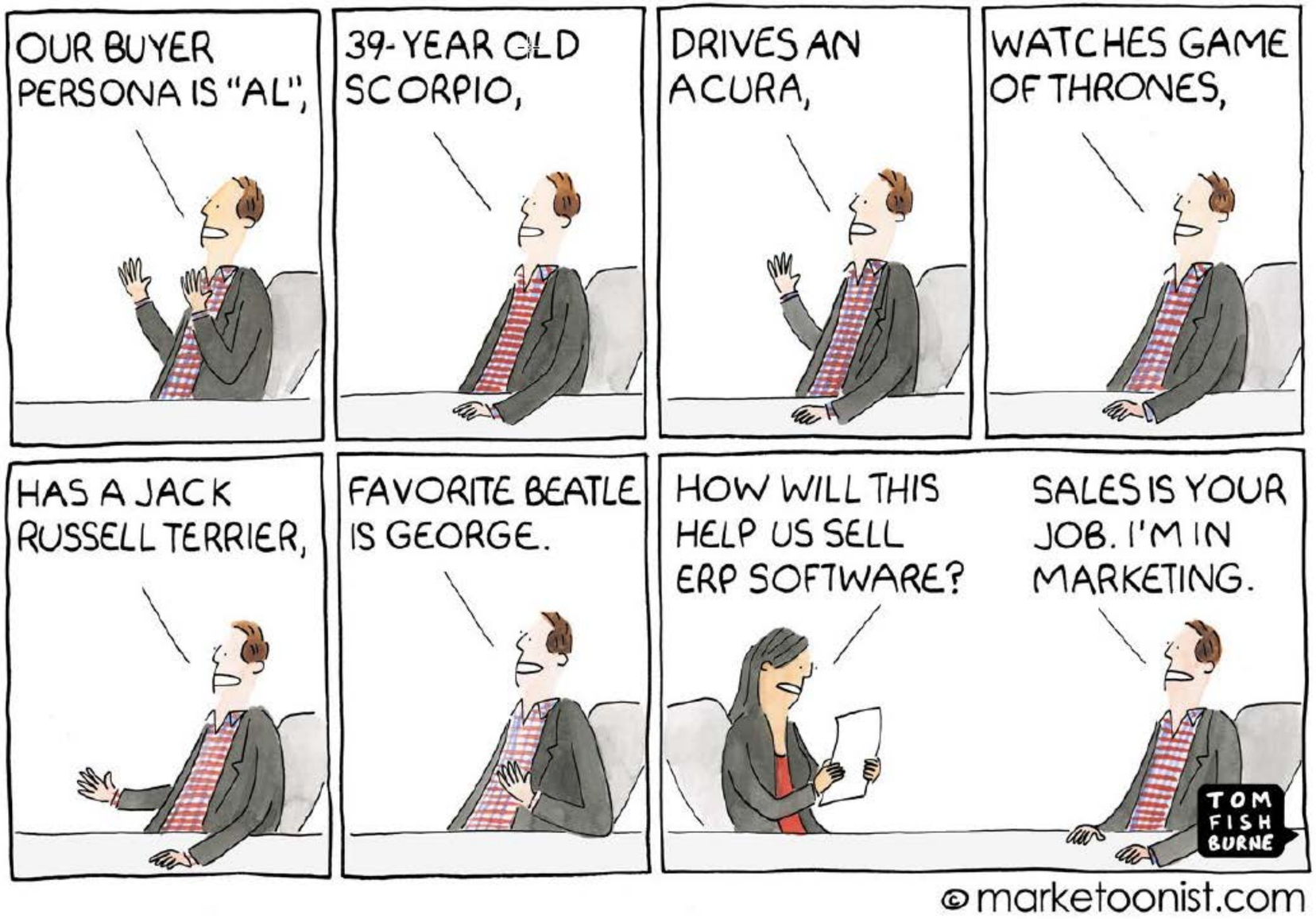


DESIGN THINKING: le personas



Una "brand personas" è un elenco di attributi, valori, comportamenti, simpatie /antipatie, quali tratti sono meglio presenti in una persona etc...

DESIGN THINKING: personas



DESIGN THINKING: personas

DESIGN THINKING: le personas

ELEMENTI CHIAVE PER LA MAPPATURA

- Deve rappresentare il punto di vista del cliente e non dell'azienda
- Deve combinare l'esperienza con le emozioni

Clark Andrews

AGE	26
OCCUPATION	Software Developer
STATUS	Single
LOCATION	San Jose, CA
TIER	Experiment Hacker
ARCHETYPE	The Computer Nerd

Immagine correlata

Friendly | Clever | Go-Getter

"I feel like there's a smarter way for me to transition into a healthier lifestyle."

Motivations

- Incentive
- Fear
- Achievement
- Growth
- Power
- Social

Goals

- To cut down on unhealthy eating and drinking habits
- To measure multiple aspects of life more scientifically
- To set goals and see and make positive impacts on his life

Frustrations

- Unfamiliar with wearable technology
- Saturated tracking market
- Manual tracking is too time consuming

Bio

Aaron is a systems software developer, a "data junkie" and for the past couple years, has been very interested in tracking aspects of his health and performance. Aaron wants to track his mood, happiness, sleep quality and how his eating and exercise habits affects his well being. Although he only drinks occasionally with friends on the weekend, he would like to cut down on alcohol intake.

Personality

Extrovert	Introvert
Sensing	Intuition
Thinking	Feeling
Judging	Perceiving

Technology

- IT & Internet
- Software
- Mobile Apps
- Social Networks

Brands

Nome	Ruolo	Soluzione valutata
Andrea	Tecnico IT | responsabile tecnico, R&D, titolare	.....

Esempio Buyer Personas B2B Industria 4.0

NECESSITÀ URGENTI	RISULTATI ATTESI	BARRIERE ALL'INGRESSO	CRITERI DECISIONALI
Ammortamento Industria 4.0, riduzione consumo energetico e controllo, soluzione più strutturata di quello che posso fare io internamente, evitare errori umani su fogli Excel	Pieno controllo dei dati, togliere ore uomo per l'acquisizione e uniformazione dati, capire quanto consuma ogni macchina.	Prodotto chiuso e finito,, prodotto troppo legato all'ambiente produttivo, perdere tempo a capire cosa non funziona	Prodotto aperto e compatibilità ampia, semplicità utilizzo senza formazione e assistenza, gestione dati di ogni tipo e matching con altre persone

PERSONE	FONTI D'INFORMAZIONE
Titolare, responsabile produzione, aziende partners, ex colleghi, team developer, dirigente budget, consulente tecnico interno, segretaria/responsabile amministrativo	Il Sole 24 Ore, Fiera, Google, gruppi LinkedIn, piattaforme tematiche di progetti, siti web dei prodotti

PROCESSO D'ACQUISTO			
TRIGGER	RICERCA	VALUTAZIONE	DECISIONE
Adv Il Sole 24 Ore, Fiera Rebuilt, Commerciale	Google, RSS, gruppi e piattaforme, aziende in contatto coi fornitori, partecipanti fiera Rebuilt	Piattaforma aperta e vicina geograficamente, analisi tecnica e possibilità sviluppi futuri, cruscotto biz intelligence, testi/progetto	Prodotto aperto per idee future, previsione di aumento mole dati aziendali

Fonte: https://www.buyerpersonas.it/

DESIGN THINKING: empathy map

WHAT DOES SHE
THINK AND FEEL?
What really matters to her?
What occupies her thinking?
What worries and aspirations does she have?

WHAT DOES SHE
HEAR?
What are friends, family and other influencers saying to her that impacts her thinking?

WHAT DOES SHE
SEE?
What things her environment influence her?
What competitors is she seeing?
What is she seeing friends do?

WHAT DOES SHE
SAY AND DO?
What is her attitude towards others?
What does she do in public?
How has her behaviour changed?

PAIN
What fears, frustrations or obstacles is she facing?

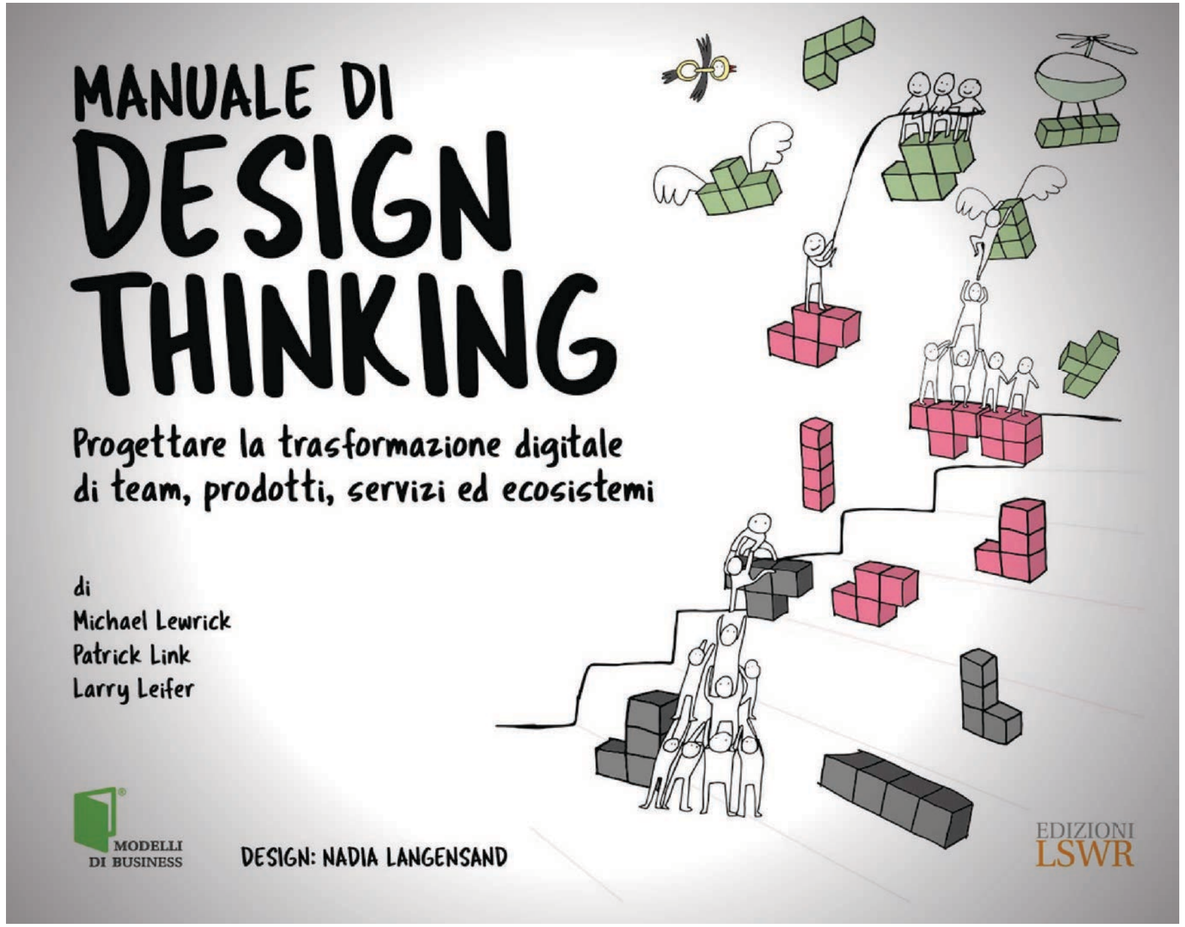
GAIN
What is she hoping to get? What does success look like?

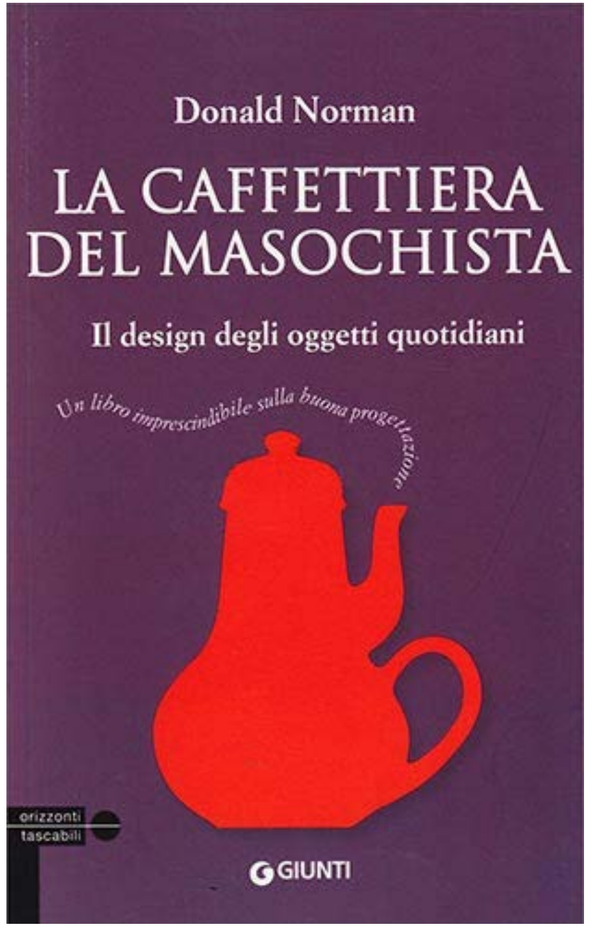
© marketoonist.com

DESIGN THINKING: empathy map

ORA TOCCA A VOI!

DESIGN THINKING: libri suggeriti





Il Punto Impresa Digitale: contatti

www.puntoimpresadigitale.camcom.it

Digital Promoter
Cristian Ranallo
Tel. 0171 318704
Mail. cristian.ranallo@cn.camcom.it

Responsabile Punto Impresa Digitale
Luisa Silvestro
Tel 0171 318765
Mail: pid.cciaa@cn.camcom.it