



# Facilitare la vita alle PMI

- Un caso aziendale -

## Il cliente

### Società di servizi e soluzioni informatiche

Il cliente è una società che progetta e sviluppa servizi e soluzioni informatiche per PMI, Associazioni di Categoria, Studi Professionali, Enti ed Intermediari Finanziari. La forte integrazione delle competenze, la conoscenza delle norme e dei mercati, delle dinamiche relative ai processi organizzativi e delle infrastrutture tecnologiche la rendono un punto di riferimento di eccellenza nel percorso di trasformazione digitale delle P.M.I. L'obiettivo primario è rispondere alle necessità del cliente con un adeguato livello di qualità, essere un partner di riferimento per aiutare il cliente a costruire e mantenere un sistema informativo innovativo, affidabile, sicuro e conveniente.

#### Contesto e obiettivi



C.S. è diventato da qualche mese il D.G dell'azienda con l'obiettivo di renderla sempre di più **business oriented**. I grandi clienti fino ad ora sono state Associazioni di Categoria ed Enti, pertanto la sua sfida è rivolgersi direttamente al mercato delle PMI. Per questo motivo è necessario un cambiamento del mindset, una maggiore proattività per offrire ai clienti esperienze innovative nella gestione dei processi interni. In particolare vuole esplorare il Made in Italy, i Big data, il Risparmio energetico e l'Industry 4.0.

#### Soluzione proposta



La soluzione proposta da Kairòs Solutions è l'**Idea Generation Workshop** un percorso integrato costituito da 3 momenti:

- **Pre work**
- **Idea Generation Workshop per le due sedi 2gg**
- **Allineamento e integrazione 1 g**

Lo scopo di esplorare nuove linee strategiche e soluzioni innovative di sistema per affrontare le sfide del mercato, migliorare costantemente la soddisfazione dei vecchi clienti ed essere pronti per le esigenze dei prospect.

#### Metodologia



##### Pre-work

I partecipanti creano schede di presentazione dei settori attrattivi  
**Engagement**

Innovation Game per generare un clima favorevole alla creatività e alla collaborazione.

##### Presentazione dei settori

Condivisione delle caratteristiche principali di nuovi settori studiati

##### La Mappa del Valore

Generare mappe della value proposition attuale per essere allineati

##### La Mappa del Cliente

Esplorare valori, vantaggi, bisogni del cliente

##### New business

Matching e allineamento tra le mappe, ideazione di nuove idee di Business, produzione e presentazione dei concept

#### Risultati e valore aggiunto



- Integrazione e allineamento tra i partecipanti
- Mantenere elevato il livello di coinvolgimento del team a seguito delle attività interne riguardanti i ruoli, svolte dall'HR manager
  - Individuazione di **13 nuove idee di business** per soddisfare bisogni dei clienti fin'ora inesplorati

## Metodologia e tools



## Innovation Game

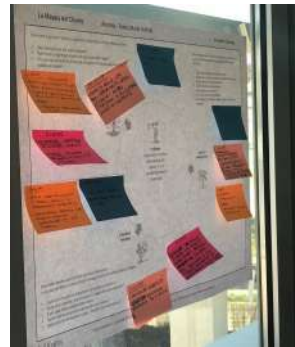
Chi siamo e chi vogliamo essere insieme?  
Nella prima fase di lavoro, con le Carte del Coaching Creativo, si realizza un'attività in sottogruppi, che consente ai partecipanti di conoscersi attraverso un set di carte stimolo. L'obiettivo principale è creare un clima favorevole alla creatività e alla collaborazione. L'output è una serie di Mappe delle Carte che rappresentano la diversità delle caratteristiche individuali

### La Mappa del Valore Offerto

In sottogruppi, i partecipanti hanno esplorato il valore offerto dall'azienda per poi condividere le diverse Mappe. Per facilitare l'integrazione ogni sottogruppo ha aggiunto su post it elementi nuovi proposti dagli altri tavoli per giungere ad una Mappa del Valore condivisa da utilizzare nella sessione dedicata alla Mappa del Cliente.



### La Mappa del Cliente

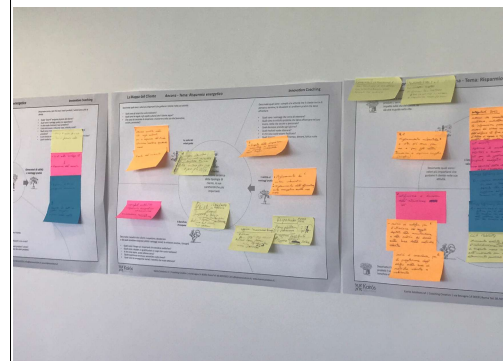


Di che cosa ha bisogno il cliente? Questa è la domanda che ha guidato i partecipanti ad individuare nuovi bisogni inespresi per dare nuovi significati all'esperienza di utilizzo dei sistemi informatici. Lo scopo è stato trovare nuove possibilità per facilitare la vita del cliente. In sottogruppo i partecipanti hanno utilizzato la Mappa del Cliente per rispondere ai tre grandi perché:

- **Valori guida**
- **Utilità pratica**
- **Bisogni**

### La Mappa Valore-Cliente

Il confronto tra la Mappa del Valore e quella del Cliente ha consentito di elaborare nuove idee per lo sviluppo del business. Creare un fit tra Valore e Cliente ha portato a individuare alcuni prodotti e servizi esistenti utili a soddisfare esigenze di nuovi clienti e a generare nuove esperienze per facilitare la vita delle PMI.



### 4MAT-CARD



Le idee sono state razionalizzate in **13 concept** e presentate con la 4MAT- Card, che consente di organizzare e visualizzare il concept in una sola pagina. Le dimensioni esplorate permettono una visione completa degli aspetti più importanti per implementare l'innovazione. Le 4MAT-Card sono state presentate ed esposte in "galleria", arricchite di nuovi spunti e selezionate in base a 3 criteri:

- **Originalità**
- **Efficacia**
- **Fattibilità**