

WORKSHOP DI DEFINIZIONE DELL'OBIETTIVO DI INNOVAZIONE

1 →

AVANTI TUTTA!

● L'OBIETTIVO DELL'INNOVAZIONE

BAIA DEI DUBBI: ABBIAMO DAVVERO BISOGNO DI INNOVARE?

● IL TEAM DI IDEAZIONE

● LA PROGRAMMAZIONE FORTH

● IL DOCUMENTO DI PARTENZA

● 6-10 OPPORTUNITÀ DI INNOVAZIONE

● I GRUPPI TARGET AD ALTO POTENZIALE



LA BAIÀ "AI CLIENTI NON PIACE"

WORKSHOP DI TRASFERIMENTO DEI CONCEPT

5

RITORNO A CASA

● UN APPROCCIO MENTALE INNOVATIVO

● UN PROCESSO DI IDEAZIONE EFFICACE

4 WORKSHOP DI SVILUPPO DEI NUOVI MINI BUSINESS CASE

PRESENTAZIONE CONCLUSIVA

IL PORTO "SONO SUPERIMPEGNATO"

BANCHI DI SABBIA "TUTTO COME AL SOLITO"

INNOVIAMO COMUNQUE

ISOLA DE "IL MIO CAPO NON ME LO LASCEVA FARE"

SECONDO WORKSHOP DI MIGLIORAMENTO DEI CONCEPT

4

TESTA LE IDEE

● 3-5 MIGLIORI CONCEPT POTENZIATI E TESTATI

VERIFICA DEI CONCEPT

SCOGLI "NON È STATO INVENTATO QUI"

RELITTI DI BRAINSTORMING FALLITI

LA NEBBIA DEL "CE LA FAREMO"

I FRAGLIONI DEL MANCATO SUPPORTO



LE SGOGLIERE "I CLIENTI SONO MINACCIOSI"

WORKSHOP DI PREPARAZIONE DELLA FASE DI ESPLORAZIONE

2 →

OSSERVA E IMPARA

● LE MIGLIORI OPPORTUNITÀ DI INNOVAZIONE

ESPLORARE TENDENZE E TECNOLOGIE

● UNA MENTE APERTA

SCOPRIRE LE "FRIZIONI" DEI CLIENTI

ESPLORARE LE OPPORTUNITÀ DI INNOVAZIONE

● LE PIÙ IMPORTANTI "FRIZIONI" DEI CLIENTI

I NOSTRI PUNTI GECCHI



TRIANGOLO DEL "IO PURE"

LA CORRENTE CALDA E CREATIVA DEL GOLFO

3

SCATENA LE IDEE

● 500-750 IDEE

● 30-40 FILONI DI IDEE

BRAINSTORMING DI IDEAZIONE

● 12 CONCEPT POTENZIATI

● 12 CONCEPT

PRIMO WORKSHOP DI MIGLIORAMENTO DEI CONCEPT

LA CORRENTE ORA O MAI PIÙ

LA TEMPESTA DI POST IT

LA MAREA "SONO CREATIVO"



FORTH
INNOVATION METHOD

LEGGENDA

- ☀ CONTESTO DELL'INNOVAZIONE
- ➡ FASI
- ☀ ATTIVITÀ
- DELIVERABE

- ➡ AVANTI TUTTA! 5 SETTIMANE
- ➡ OSSERVA E IMPARA 6 SETTIMANE
- ➡ SCATENA LE IDEE 2 SETTIMANE
- ➡ TESTA LE IDEE 3 SETTIMANE
- ➡ RITORNO A CASA 4 SETTIMANE