

Lista di controllo: ecco come trovare nuove idee

Le idee innovative non sono sempre ovvie. La presente lista di controllo vi sarà di aiuto per la ricerca sistematica di nuove idee.

Getting ready: prepararsi	
<input type="checkbox"/>	Sappiamo quali sono gli ambiti in cui servono innovazioni: <ul style="list-style-type: none"> - nell'ambito dei prodotti e servizi - nell'ambito dei processi interni - nell'ambito della commercializzazione - nell'ambito del modello di business
<input type="checkbox"/>	Sappiamo quali sono i campi in cui dobbiamo cercare idee innovative, ad esempio: <ul style="list-style-type: none"> - tendenze di mercato - tendenze tecnologiche - esigenze della clientela - comportamento dei concorrenti
<input type="checkbox"/>	Disponiamo di fonti d'informazione su cui possiamo basarci per osservare le tendenze e gli sviluppi di rilievo per noi, ad esempio: <ul style="list-style-type: none"> - reazioni dei clienti / analisi di problemi della clientela - articoli su riviste specializzate e mass media - perfezionamento, fiere - nuove norme e leggi
<input type="checkbox"/>	Ci occupiamo spesso delle esigenze dei nostri clienti e ne teniamo conto sistematicamente nella ricerca di nuove idee.

Getting far: mettersi in marcia	
<input type="checkbox"/>	Conosciamo diversi metodi per la generazione di idee e li applichiamo consapevolmente, cercando di avere un mix ottimale fra metodi strutturati e metodi più intuitivi come, ad esempio: <ul style="list-style-type: none"> - crowdsourcing - sondaggi condotti fra i clienti / osservazione dei clienti - open innovation - brainstorming
<input type="checkbox"/>	I metodi impiegati riflettono i punti forti e le competenze dei nostri collaboratori e dell'azienda nel suo insieme.
<input type="checkbox"/>	In sede di generazione delle idee facciamo consapevolmente ricorso a conoscenze tratte esternamente alla nostra azienda.
<input type="checkbox"/>	Per individuare nuovi settori di attività o innovazioni nel modello di business guardiamo anche oltre il nostro settore di appartenenza, cercando consapevolmente lo scambio con aziende di altri settori.

Getting done: giungere a destinazione	
<input type="checkbox"/>	Abbiamo classificato per priorità e valutato le innovazioni in base ai seguenti aspetti: <ul style="list-style-type: none"> - prospettiva dell'azienda / della clientela / del mercato - obiettivi tecnici - obiettivi economici - obiettivi di ordine temporale (cfr. anche articolo a pag. 20)

Raccomandazione	
<p>Quante più caselle blu potrete barrare, tanto più semplice sarà per la vostra azienda giungere a idee innovative. Sarà necessario invece fare qualcosa riguardo alle affermazioni presenti nelle caselle che non avete potuto barrare. Prendete misure opportune: chiarite ad esempio di quali innovazioni avete bisogno, cimentatevi con metodi adatti per generare idee oppure valutate in maniera sistematica le vostre idee.</p>	

Gestione delle piccole imprese

Publicato da PostFinance in collaborazione con KMU-HSG.