

NEXTON

Business Digital Coaching



WORKSHOP

Digital Transformation

Significa business transformation
Modelli e paradigmi tra rischio ed opportunità

Obiettivo del Workshop



- Avete la strana sensazione che il mondo stia cambiando?
- Che tutto sia in accelerazione e che la vostra organizzazione sia troppo complicata?
- Che ogni decisione ha tempi di latenza troppo lunghi generando una sorta di frustrazione e immobilismo?
- Che i vostri clienti si stanno allontanando e che i possibili nuovi siano irraggiungibili?
- Non avete ancora le idee chiare sulle opportunità offerte dalle nuove tecnologie per lo sviluppo del vostro business nella inedita "economia di velocità"?
- Volete capire se le vostre persone sono pronte e soprattutto motivate alla innovazione?

Il workshop darà le risposte a queste riflessioni e a queste altre domande:

- Le nuove tecnologie quali inediti paradigmi nascondono?
- Come ri-disegnano le strutture delle aziende?
- Come ri-definiscono i confini di business?
- Come e perché le aziende devono intraprendere un percorso verso la digital transformation.
- È solo una questione di tecnologia? O ci dimentichiamo ancora una volta il fattore umano, presi dalla euforia "tecno-barocca"?



A chi è rivolto



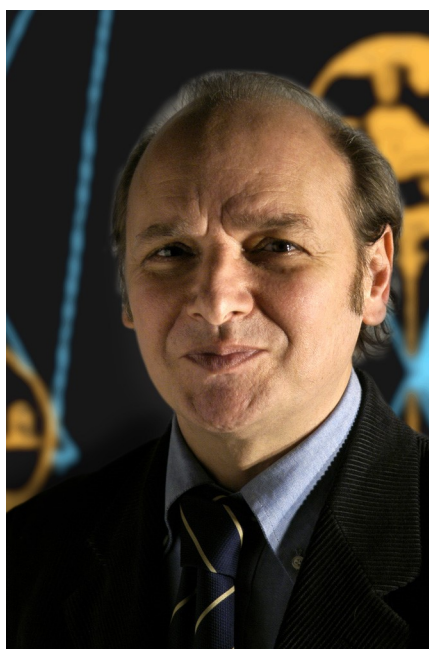
Imprenditori e Gruppo Dirigente della Piccola e Media Impresa Innovativa

Modalita'



- Location: presso sede del Cliente
- Ambiente: predisposizione di PC, proiettore e lavagna
- Durata: 8 ore
- Materiali: i contenuti presentati saranno rilasciati in formato PDF

Docente



Gianni Previdi

Opera nel Management & IT dagli Anni'80, dopo aver fondato e diretto società di consulenza, attualmente è formatore e coach nei processi di business innovation. Partner di NEXTON.

Ha svolto e tuttora svolge seminari presso l'Università di Modena-Reggio Emilia - Facoltà di Economia Marco Biagi, la Scuola di management di Confindustria di Modena, Formart-Confartigianato, Business School Palo Alto di Milano.

È anche componente del Comitato di indirizzo di CLEMI (Università di Modena-Reggio Emilia - Dipartimento di Economia - Corso di laurea in Economia e Marketing Internazionale).

Partecipa come speaker in convegni, eventi, congressi, tiene workshop di importanti organizzazioni aziendali e associazioni di categoria.

Tra le sue pubblicazioni più recenti: *Il valore dell'informazione*, Franco Angeli Editore 2009, *Social.Media.Mente*, Phasar Edizioni 2014; *#Smart Management*, Business School Palo Alto 2018.



- **Economia di velocità**

I paradigmi e le inedite logiche di business nei scenari complessi e instabili. Rischi e opportunità per le imprese.

- **La genesi delle Tecnologie**

L'evoluzione delle tecnologie (dalle macchine a vapore al IoT, le differenze e i salti quantici generati da ogni evoluzione) per comprendere a cosa servono e come possono aiutarci nella riduzione della complicazione e nella liberazione di risorse. Ricordiamo che le tecnologie hanno rispetto l'uomo più memoria e più velocità operativa.

- **Il valore dell'informazione**

Proviamo a chiederci: "cosa è l'informazione?". Molto probabilmente riceveremo diverse e imprecise definizioni. Così pure se ci chiedessimo "cosa differenzia l'informazione dalla materia e dalla energia?". A queste domande daremo una risposta e una definizione, sapendo che l'informazione deve fluire tra i diversi nodi organizzativi senza trovare le barriere generate dalle complicazioni: solo così si riducono i tempi di latenza decisionale.

- **Le "cose" intelligenti e connesse ridefiniscono i confini del business**

Metabolizzare questa ondata tecnologica (Internet of Things, Big Data) dentro una strategia di business per individuare come costruire una nuova innovazione di valore richiede, oltre alla sempre indispensabile intuizione imprenditoriale, ripensare radicalmente gli asset aziendali (processi, infrastruttura IC&T e non da ultimo le persone in termini di skill necessari per gestire il forte cambiamento), ridisegnare gli approcci commerciali, il marketing (valori e strategie che sappiano intercettare i nuovi e mutevoli bisogni del cliente informato e iper-critico, le aspettative di innovative "user experience") e la comunicazione del marketing che ora dovrà, in tanti casi, saper interpretare le nuova "grammatica" della comunicazione nei social media.

- **Logistica dell'informazione e logistica della conoscenza per una azienda veloce**

Allineamento degli asset, operations, management e informazione per semplificare i processi interni (- costi + velocità) e sviluppare nuove e profittevoli relazioni con i Clienti. Se in una azienda le decisioni comportano tempi di latenza decisionale lenti, quindi alzando il rischio per l'impresa stessa di non essere reattiva sui mercati, non è un problema di tecnologie, ma un problema che ha a che fare con un modello manageriale ancora ancorato al principio della "meccanografia", ovvero l'informatica adottata come mera automazione dei processi operativi (contabilità, magazzino, gestione del personale, etc.) e non come tecnologia di relazione e di comunicazione.

- **Tra il dire e il fare c'è di mezzo il digitale**

Cosa fare allora? Comprendere bene i rischi e le opportunità sollecitate dalle nuove tecnologia. Guardare fuori dal proprio tradizionale settore di business, non ingabbiarsi nel asfittico e autoreferenziale benchmark coi soliti competitor, capire come con la tecnologia che da intelligenza e connettività ai prodotti, sia possibile generare una nuova innovazione di valore, in diversi casi alleandosi con player complementari che possono integrare funzioni innovative e inedite, infine prendere in seria considerazione che oltre al parco clienti o potenziali clienti tradizionali, fuori vi sono anche i "non-clienti" che possono trovare in una intelligente proposta di valore un interesse, prima non percepito. È semplice? No! L'alternativa? Il "mare morto".



NEXTON

Business Digital Coaching 

Milano, Bologna, Ravenna, Modena, Mantova



www.next-on.eu



contact@next-on.eu