

quod

sesvil®



Human Resources

# Disegniamo il futuro\_

2019



# Chi siamo

Siamo specializzati nel facilitare i processi di innovazione. Supportiamo aziende, persone e organizzazioni nel creare nuovo valore lavorando in modo più agile e coinvolgente.


Organizziamo workshop e laboratori formativi, affinché le nuove prassi possano accrescere le competenze dei partecipanti e divenire patrimonio aziendale.

La nostra attività di formazione è caratterizzata dall'utilizzo di tecniche non convenzionali quali:

**co-creazione**, per creare maggior valore attraverso la generazione di dinamiche di collaborazione tra i partecipanti;

**gamification**, stimolare l'attività creativa ed esperienziale grazie all'uso di elementi e schemi di gioco per migliorare il comportamento e il coinvolgimento delle persone;

**learning by doing** per agevolare la comprensione di concetti e contenuti attraverso la diretta sperimentazione in una modalità laboratoriale.



Nelle prossime pagine troverete la nostra proposta di corsi pensata per le imprese del distretto bresciano.

Il prezzo di ogni singolo corso è di € 400 (i.e.).

È possibile acquistare un pacchetto per tutti i dieci corsi al prezzo di € 3.600 (i.e.)

I prezzi sono da considerarsi comprensivi di materiali, pranzo e coffee break.

Per informazioni e prenotazioni:

[info@sesvil.it](mailto:info@sesvil.it)

Tel. 030 - 2942447

# Il percorso formativo

Le nuove tecnologie sono cruciali per sviluppare i processi e migliorare la circolazione delle informazioni in azienda, ma i risultati diventano efficaci quando l'organizzazione è agile e flessibile e valorizza e promuove il talento e il merito delle singole persone.

Agile è un'etichetta che raccoglie diverse metodologie di management non tradizionali il cui primo assunto fondamentale è che le persone sono più importanti di processi e strumenti. Divulgare e fare applicare in azienda questo modo di pensare richiede un approccio sistemico incrociando due dimensioni fondamentali: l'implementazione del processo di cambiamento e la creazione di consapevolezza, ingaggio e motivazione nelle risorse.

Questa sfida può essere vinta efficacemente lavorando con le persone con alcune efficaci modalità: actioned learning, gaming, co-creazione, modalità alla base del nostro percorso.

Una proposta pensata per rendere la persona protagonista del processo di apprendimento e di trasformazione del business. La trasformazione strategica e culturale implica ripensare i processi insieme alle dinamiche interne adottando un approccio nuovo, ispirato al metodo scientifico galileiano. Fare innovazione diventa quindi un modo strutturato per creare valore e trasformarlo in utilità minimizzando il rischio e i costi per l'organizzazione.



## PROGRAMMA

Design thinking e problem solving creativo	<b>15 marzo 2019</b>
Design thinking per il business, innovare con successo	<b>5-6 aprile 2019</b>
Innova la tua offerta di valore	<b>12 aprile 2019</b>
Verifica il tuo business con il mercato	<b>10 maggio 2019</b>
Trasformazione digitale	<b>31 maggio 2019</b>
Internet negli oggetti	<b>21 giugno 2019</b>
Sviluppiamo il team	<b>13 settembre 2019</b>
Kanban System	<b>4 ottobre 2019</b>
Gestiamo i progetti in modo agile	<b>25-26 ottobre 2019</b>
Definire obiettivi e risultati chiave	<b>15 novembre 2019</b>

# Design thinking e problem solving creativo



1 incontro



8 ore

In un mercato fluido il consumatore ha possibilità di scelte infinite. La sua scelta è determinata dalla capacità di un prodotto / servizio di soddisfare la sua esigenza. La domanda passa dal "quale prodotto è adatto in questo contesto" a "quale prodotto è il più adatto a me e alle mie esigenze specifiche in questo contesto".

È necessario definire strumenti e processi di lavoro in grado di comprendere il mercato human driven, delineando soluzioni strategiche in linea con i nuovi comportamenti delle persone. Proponiamo quindi un approccio differente al problem solving legato all'innovazione del prodotto, servizio e di processo attraverso metodi e strumenti di Design Thinking.

*"Il design thinking è un approccio al problem solving incentrato sul fattore umano. È basato su strumenti e processi di lavoro collaborativi e generativi mirati a risolvere problemi complessi."*

Tim Brown – President of IDEO, USA

Il Design Thinking usa i principi fondamentali del design per osservare e comprendere un problema, ipotizzando e testando soluzioni creative per produrre in breve termine risultati tangibili.



## DESTINATARI

Imprenditori, Manager, Responsabili Commerciali, Responsabili di Sviluppo Prodotto, Responsabili Marketing, Startupper.



## OBIETTIVI

Il Design Thinking spinge a pensare oltre ai numeri, considerando anche l'imprevedibile e l'inaspettato. Rispetto ai modelli mentali classici di business, il Design Thinking permette di:

- Migliorare la capacità decisionale e la qualità delle decisioni prese.
- Sviluppare un nuovo mindset in grado di comprendere scenari complessi.
- Mettere le persone al centro del processo.
- Introdurre la co-creazione nel metodo di lavoro.
- Comprendere processi iterativi di problemsolving e decision making.
- Incrementare l'efficacia della creatività individuale.



## PROGRAMMA

Il processo strategico di Design Thinking é definito da una serie di strumenti interscambiabili che permettono lo studio del problema e delle possibili soluzioni dal team di progetto attraverso punti di vista diversi ma propositivi. Gli strumenti sono utilizzabili sia in fase di Problem Definition che di Problem Solution e sono altamente versatili in base al problema che si vuole risolvere:

- Brainstorming.
- Mind Maps.
- Customer Journey Maps.
- Affinity Diagrams.
- Personas.
- System Maps.
- Brainwriting.
- 100 Ideas.

# Design thinking per il business, innovare con successo



2 incontri



16 ore

Il mondo è cambiato. Non solo le abitudini dei consumatori, le tecnologie e altri trend stanno sradicando attività un tempo fiorenti, ma anche interi mercati stanno mutando ed emergendo dall'incertezza e dalla natura imprevedibile dell'attuale network economy. Il mondo intorno a te – e al tuo business – è pieno di incertezza. Ma dall'interno di quell'incertezza ci sono innumerevoli opportunità per progettare (o riprogettare) dei business che cambino le regole del gioco.

Queste opportunità sono lì da cogliere.

## **Design significa fundamentalmente migliorare il modo in cui si guarda il mondo.**

È un processo ripetibile e disciplinato che chiunque può apprendere e utilizzare per creare valore unico e qualificato. Soprattutto, design significa creare le condizioni attraverso cui le imprese possono fiorire, crescere, ed evolvere a dispetto dell'incertezza e del cambiamento. Le imprese migliori sono appunto quelle che affrontano i problemi in un modo nuovo e sistematico, focalizzandosi soprattutto sul fare piuttosto che su progettare e prevedere. I business migliori uniscono design e strategia per sfruttare le opportunità al fine di guidare la crescita e il cambiamento in un mondo che è incerto e imprevedibile.





## DESTINATARI

Imprenditori, Manager, Responsabili Commerciali, Responsabili di Sviluppo Prodotto, Responsabili Marketing, Startupper.



## OBIETTIVI

- **Imparare ed applicare un metodo innovativo, pratico e semplice**, per modellizzare la propria impresa o la propria idea imprenditoriale o definire le proprie opportunità.
- **Individuare nuove opportunità e nuove strategie d'impresa e/ o di prodotto.**
- **Apprendere e saper applicare un processo di innovazione codificato e strutturato.**
- **Conoscere tutti gli strumenti più a dati presenti nella cassetta degli attrezzi di un buon business designer.**
- **Acquisire un processo standard, testato e ripetibile.**
- **Acquisire metodi e strumenti analitici per l'analisi dell'ambiente esterno ed interno.**
- **Saper utilizzare e interpretare gli strumenti a supporto delle decisioni.**



## PROGRAMMA

- **Introduzione.**
- **L'approccio: lavoro di gruppo, condivisione e design thinking.**
- **Il "double loop" come processo di innovazione e metodo di lavoro.**
- **L'innovazione è un percorso iterativo ripreso dal metodo scientifico.**
- **Il nostro punto di vista.**
- **Comprendiamo chi e cosa abbiamo intorno e dove vogliamo arrivare.**
- **Facciamo delle ipotesi di innovazione.**
- **Prototipiamo e validiamo i modelli che abbiamo ideato.**
- **Reiteriamo o scaliamo.**

# Innova la tua offerta di valore



1 incontro



8 ore

Innovare è diventata una attività irrinunciabile per tutte le attività economiche. Tuttavia, innovare i prodotti non basta più. Si può credere che sia sufficiente, ma non è vero. I prodotti possono essere copiati oppure diventare improvvisamente obsoleti.

È possibile definire un percorso di innovazione della propria offerta di valore affinché questa sia differenziante rispetto al mercato e possa impattare positivamente sul fatturato e/o sulla marginalità dell'azienda.



## DESTINATARI

Imprenditori, Manager, Responsabili Commerciali, Responsabili di Sviluppo Prodotto, Responsabili Marketing, Startupper, Responsabili Area Finance.



## **OBIETTIVI**

- Comprendere gli elementi chiave per aumentare il fatturato e/o i margini derivanti da nuovi prodotti o servizi.
- Differenziarsi dalla concorrenza.
- Aumentare la qualità delle idee generate.
- Acquisire un processo standard, testato e ripetibile.



## **PROGRAMMA**

- Analizzare ed anticipare l'evoluzione dell'ambiente esterno.
- Analizzare il cliente: il concetto di jobs- to- be- done.
- Definire una nuova proposta di valore dirompente e differenziante.
- Definire una roadmap di approccio al mercato.

# Verifica il tuo business con il mercato



1 incontro



8 ore

La velocità con cui cambia il mercato costringe oggi le aziende a verificare costantemente che le strategie e le innovazioni ipotizzate siano attuali ed interessanti per il cliente, prima di investire tempo e denaro per attuarle. Esistono quindi approcci, metodi e strumenti rapidi e concreti per testare il mercato prima ancora di lanciare prodotti / servizi e, quindi, di investire sulle strategie o su innovazioni.



## DESTINATARI

Imprenditori, Manager, Responsabili Commerciali, Responsabili di Sviluppo Prodotto, Responsabili Marketing, Startupper.



## OBIETTIVI

- Identificare le caratteristiche e le ipotesi da validare sul mercato.
- Imparare ed applicare metodi innovativi, pratici e semplici, per testare la strategia della propria impresa o della propria idea imprenditoriale.
- Prendere confidenza con il processo standard, testato e ripetibile di validazione.
- Come costruire una community di test.
- Conoscere tutti gli strumenti più adatti presenti nella cassetta degli attrezzi di un buon validatore.
- Acquisire metodi e strumenti analitici per analizzare i test di validazione.
- Come interpretare le analisi di validazione e definire gli impatti sul business.
- Imparare il metodo anche attraverso casi concreti.



## PROGRAMMA

- Introduzione.
- L'approccio: cosa si intende per validazione, in relazione alla strategia e all'innovazione.
- Le ipotesi di test, cosa validare e cosa implementare: **Riskiest Assumption Canvas**.
- Il processo di validazione.
- La prototipazione come strumento per la costruzione dei test di validazione.
- Costruzione della community di test, metodi e strumenti.
- Analizzare i test ed i risultati.
- Relazione tra i risultati di validazione e la strategia e l'innovazione.

# Trasformazione digitale

L'industria 4.0 dall'internet of things al mondo dei big data



1 incontro



8 ore

È in atto un cambiamento epocale di cui tutti parlano ma apparentemente pochi hanno trovato la ricetta magica per sfruttarlo. Solo nell'ultimo anno sono nate decine di nuove tecnologie che avranno un impatto dirompente nel mercato di oggi e di domani.

Come fare a sfruttare i vantaggi di questo cambiamento? Gli ambiti più interessanti e noti sono: dall'utilizzo dei dati (Open Data, Big Data, Internet of Things, Cloud) agli Analytics, ovvero come questi dati vengono usati per creare valore; dall'interazione uomo- macchina (con sistemi di Learning Machine e Artificial Intelligence) alla produzione di beni tramite manifattura digitale (stampe 3D, robot, automazione).



## DESTINATARI

Imprenditori, Marketing Manager, Direttori Strategici, Responsabili Prodotto.

 **OBIETTIVI**

- Comprendere che i modelli di business attuali nella maggior parte dei casi cambieranno.
- Comprendere il valore reale dei dati che ci circondano ogni giorno e forse non sappiamo ancora come sfruttare.

 **PROGRAMMA**

- Scenari macro economici mondiali.
- Le evoluzioni industriali in sintesi.
- Perché cambia tutto?
- I nuovi modelli di business – esempi di trasformazione.
- I nuovi ruoli che stanno nascendo in azienda.
- Internet of Things – cos'è e come usarlo.
- Perché i dati sono la rivoluzione? Esempi pratici.
- Customer Experience – cosa si aspettano i clienti e come possiamo sfruttare queste informazioni.
- La formazione avverrà attraverso la presentazione di esperienze aziendali.

# Internet negli oggetti

Come trarne vantaggio per  
la mia impresa



1 incontro



4 ore

In questo momento, nel mondo esistono sei miliardi di oggetti connessi alla rete e il loro numero è costantemente destinato ad aumentare.

Nuovi mercati, nuovi segmenti di clientela, un nuovo modo di impostare le relazioni con i clienti, un nuovo ecosistema dal quale trarre vantaggio e nel quale cercare valore.

In questo seminario vedremo l'impatto di una delle più forti, potenti e pervasive manifestazioni delle nuove tecnologie: gli oggetti connessi e tutto il mondo ad essi correlato (Internet of things).



## DESTINATARI

Team e gruppi di lavoro, già collaudati o da formare all'interno di organizzazioni.



 **OBIETTIVI**

- Avere una panoramica concreta di come gli oggetti connessi aiutano aziende e modelli di business.
- Comprendere l'impatto di IoT su differenti tipologie di modelli di business.
- Ipotizzare l'applicazione di un oggetto connesso ad un proprio modello di business.
- Creazione di un nuovo modello di business "connesso".

 **PROGRAMMA**

- Lo stato dell'arte delle tecnologie legate agli oggetti connessi e agli utilizzi più innovativi attualmente presenti sul mercato.
- I modelli di business.
- Come e dove impatta un oggetto connesso su un modello di business.
- Progettiamo un nuovo modello di business inserendo un oggetto connesso.

# Sviluppiamo il team

*Focus comunicazione*



1 incontro



4 ore

Un aspetto molto critico del lavoro in team è la gestione efficace della comunicazione. In molti contesti le persone trovano difficoltà a dire ciò che pensano o a condividere la propria realtà e la visione del mondo organizzativo. I membri del team fanno spesso fatica ad aprirsi e ad accettare ciò che gli altri vedono, percepiscono o credono.

*Quando un team è davvero efficace?*

Solo quando:

- è unito da uno scopo condiviso e significativo.
- è concentrato su obiettivi condivisi.
- opera seguendo un codice di valori comune.
- comunica agilmente.
- le persone hanno fiducia reciproca.
- impara a migliorare costantemente attraverso i feedback.



## **DESTINATARI**

Team e gruppi di lavoro, già collaudati o da formare all'interno di organizzazioni.



## **OBIETTIVI**

- Definire uno scopo significativo condiviso per il team
- Migliorare la comunicazione fra le persone.
- Creare un clima di apertura e fiducia.
- Mostrare un processo di condivisione efficace.
- Imparare ad ascoltare proattivamente gli altri membri del team



## **PROGRAMMA**

- Identità personale.
- Johari Window e identità esterna.
- Visione del Team
- Condivisione della visione del Team
- Comportamenti positivi e negativi.

# Kanban System

*Uno strumento visuale di organizzazione del lavoro*



1 incontro



8 ore

La mente umana processa le informazioni visuali circa sessantamila volte più velocemente delle informazioni testuali. Mediamente la memoria umana ricorda circa l'80% di ciò che vede, circa il 10% di ciò che sente e circa l'1% di ciò che annusa o gusta.

Il visual management è una metodologia per la gestione dei progetti che consente l'emersione, l'esplicitazione e la codificazione delle informazioni troppo spesso tenute all'interno di un cassetto, di un pc o di una mente umana.

La kanban board è uno strumento di visual management i cui benefici principali sono la facilità di utilizzo, lo stimolo alla collaborazione, la condivisione di informazioni e l'aumento della produttività.



## DESTINATARI

Imprenditori, Manager, Responsabili Commerciali, Responsabili di Sviluppo Prodotto, Responsabili Marketing, Startupper, Project manager.



## OBIETTIVI

- Apprendere l'uso della Kanban Board per la gestione di progetti, programmi e attività.
- Conoscere un processo che aumenta l'efficienza del lavoro, riducendo i tempi morti e le lavorazioni inutili.
- Imparare a modificare i propri processi lavorativi per massimizzarne l'efficacia.



## PROGRAMMA

- Introduzione agli strumenti di gestione visuale.
- Come e in che contesto nasce la Kanban Board.
- Tipologie e utilizzi della Kanban Board: come posso applicarla nel mio lavoro.
- Strutturazione di una Kanban Board.
- Esercitazioni e casi pratici di utilizzo.

# Gestiamo i progetti *in modo agile*



2 incontri



12 ore

L'approccio Agile (al project management, ma anche alla strategia e all'organizzazione) si definisce un approccio intorno al motto: "Stop Starting, start finishing", focalizzando le attività, le risorse e gli sforzi nel concludere le attività con efficacia ed efficienza piuttosto che sulla pianificazione delle stesse. Il percorso persegue alcuni obiettivi standard di apprendimento, ovvero:

- Comprendere come applicare le tecniche di Agile e Lean alla gestione dei progetti.
- Come trasformare la resistenza al cambiamento in risposta al cambiamento.
- Alternative al ROI e al pensiero di project management classico.



## **DESTINATARI**

Team che partecipano in progetti complessi e strutturati.



## **OBIETTIVI**

- Definizione degli obiettivi.
- Definizione dei compiti e delle responsabilità.
- Costituzione del team
- Definizione del budget.
- Pianificazione.
- Gestione dei rapporti/ conflitti con i membri del team.
- Controllo dell'avanzamento.



# PROGRAMMA

## Modulo 1

🕒 4 ore

- LEGO® Serious Play®.
- LSP Skill Building.
- Il Project Canvas come strumento di raccolta di tutte le informazioni importanti per il progetto.
  - Scopo, ambito, finalità, obiettivi ed esiti attesi.
  - Team, stakeholder, utenti, risorse.
  - Rischi e vincoli.
  - Milestones e pianificazione delle azioni.
  - Setup di progetto.

## Modulo 2

🕒 4 ore

- I fondamentali delle metodologie Agile.
- Agile e il concetto di gestione della Complessità / Lo Sprint di Scrum
- Perché usare LEGO® Serious Play® in uno Sprint di Scrum e illustrare l'outcome (Sprint Review).
- Scrum e LSP.
- Organizzare i team
- Costruzione del backlog e stima.
- Esecuzione degli sprint.
- Pianificazione dello sprint.
- Daily scrum stand up.
- Sprint Review.
- Sprint Retrospective (come abbiamo lavorato come team).



- Stabilire le priorità: prioritizzazione del lavoro in base al valore.
- Monitoraggio e comunicazione.
- Miglioramento del processo.

## Modulo 3

🕒 4 ore

- Kanban: un semplice e rivoluzionario metodo di gestione dei progetti.
- Principi e pratiche della metodologia Kanban in ambito Project Management.
- Un metodo di gestione del flusso di lavoro sempre applicabile.
- Quali sono gli strumenti.
- Costruire le board e definire le card.
- Gli indicatori di performance applicabili.
- Programmi e portfolio management con l'approccio Kanban.

# Definire gli obiettivi e risultati chiave



1 incontro



8 ore

Alla fine degli anni '90 in Google è stato introdotto il sistema OKR (obiettivi + risultati chiave), sistema ancora in uso. Questo corso vuole mostrare la metodologia che Google utilizza per definire e impostare i propri obiettivi strategici.



## DESTINATARI

Ogni genere di professionista, manager o imprenditore che abbia l'esigenza di apprendere un modo chiaro per definire i propri obiettivi.



## OBIETTIVI

- Comprendere la differenza fra obiettivi e risultati chiave.
- Capire come a diversi livelli dell'organizzazione debbano corrispondere diversi obiettivi.
- Imparare a definire degli obiettivi futuri sensati, realizzabili e sfidanti e i risultati chiave ad essi collegati.
- Identificare la situazione attuale con analisi di ostacoli e difficoltà.
- Creazione di un piano d'azione.



## PROGRAMMA

- Introduzione alla metodologia OKr: regole e processi.
- LSP Skill Building.
- Definizione degli obiettivi.
- Definizione dei risultati chiave.
- Individuazione degli ostacoli.
- Creazione del piano d'azione.

Per informazioni e prenotazioni:

[info@sesvil.it](mailto:info@sesvil.it)

Tel. 030 - 2942447

<http://www.quo-d.com>

<http://www.sesvil.it>