

Workshop operativo: come raggiungere nuovi clienti e crearsi nuovi mercati con la Blue Ocean Strategy

Lo scopo del workshop è quello di presentare in azienda e portare i partecipanti a lavorare con le metodologie e gli strumenti di una delle più importanti teorie di innovazione strategica, utili a ridefinire le caratteristiche con cui l'azienda si propone al mercato e/o cerca nuovi mercati. Blue Ocean Strategy ed Experience Co-Creation sono due metodologie che aiutano a definire in modo nuovo le caratteristiche di prodotto, modello di business e strategia aziendale per avvicinarsi alle esigenze dei mercati e dei clienti che ancora l'azienda non riesce a raggiungere.

Il workshop consente al gruppo dirigente e ai responsabili di apprendere in aula l'utilizzo pratico di strumenti e metodologie di innovazione e creatività per prodotti e servizi, definendo nuovi modi per raggiungere il mercato. Il modulo utilizza una metodologia di classe che garantisce una profonda discussione e il confronto tra i partecipanti, dando loro la possibilità di utilizzare da subito e con concreti risultati gli strumenti pratici presentati su casi specifici relativi alla propria azienda.

I principali obiettivi che i partecipanti al corso realizzano sono:

- utilizzare gli strumenti proposti dalla Blue Ocean Strategy ed Experience Co-Creation
- disegnare con i colleghi una proposizione di valore unica e diversa dalla concorrenza
- acquisire una metodologia di lavoro comune che consenta di differenziarsi proponendosi su nuovi mercati come impresa innovativa e orientata al cliente;
- fare team building e condividere l'innovazione in azienda con i colleghi
- acquisire le competenze per soddisfare al meglio le esigenze del cliente con il quale si ridisegna la curva del valore
- aumentare il patrimonio conoscitivo ed informativo sul "nuovo" cliente per strutturare un'offerta più consona alle sue esigenze di quel mercato

Principali argomenti trattati

- Il concetto tradizionale di strategia e di vantaggio competitivo nella strategia aziendale
- Il nuovo ruolo del cliente nel mercato
- La metodologia Blue Ocean Strategy: principali concetti teorici e strumenti di riferimento
- Presentazione degli step di implementazione
 - il concetto di innovazione di valore con il cliente,
 - la nuova curva del valore per il cliente,
 - i sei percorsi per la costruzione di una nuova proposta
- Introduzione ai principali casi di successo e attività/lavoro di gruppo su caso concreto
- Accenno sui temi del ciclo della strategia (Execution Premium) introdotti da Robert Kaplan

Durata corso: 2 giornate in azienda per i partecipanti

(+1 o più giornate preliminari per interviste ai responsabili e/o al gruppo dirigente)

Principali destinatari

- Amministratori delegati, imprenditori, direttori generali che vogliono portare innovazione nel modo di fare business ed essere aggiornati sui più moderni approcci al mercato;
- i responsabili di vendite e marketing che intendono sviluppare moderni approcci al mercato e modalità di vendita che diano maggior valore a nuove caratteristiche del prodotto richieste dal cliente;
- chi all'interno dell'azienda si occupa di innovazione o formulazione della strategia ed è alla ricerca di tecniche innovative, concrete e di avanguardia.