

Workshop operativo: ridisegnare i processi di lavoro con l'Experience Co-creation

Lo scopo del workshop è quello di presentare in azienda e portare i partecipanti a lavorare con gli strumenti dell' Experience Co-Creation, una delle più importanti teorie di ridefinizione dei processi aziendali, utile a studiare, valutare e comprendere le caratteristiche con cui si possono migliorare e snellire i processi aziendali interni ed esterni.

Experience Co-Creation è una metodologia che aiuta a definire in modo nuovo le caratteristiche dei processi di lavoro interni all' azienda e quelli con i propri fornitori, oltre che ridisegnare il modello di business nei confronti del cliente esterno.

Il workshop consente al gruppo dirigente ed ai responsabili di ufficio di apprendere in aula l' utilizzo pratico di strumenti e metodologie d' innovazione legate alla ridefinizione dei processi aziendali ridefinendoli e disegnandoli sulla base dell' esperienza dei collaboratori, dei fornitori e dei clienti. Il modulo utilizza una metodologia di workshop che garantisce una profonda discussione e il confronto tra i partecipanti, dando loro la possibilità di utilizzare già da subito gli strumenti pratici presentati e poter realizzare dei risultati concreti su casi specifici relativi alla propria azienda.

I principali obiettivi che i partecipanti al corso realizzano sono:

- imparare ed utilizzare gli strumenti proposti dall' Experience Co-Creation per ridisegnare i processi aziendali interni, i processi di lavoro con i fornitori e i clienti
- acquisire una metodologia di lavoro che consenta di differenziarsi proponendosi come impresa in grado di gestire relazioni di valore con i collaboratori
- acquisire le competenze per soddisfare al meglio le esigenze del cliente interno ed esterno con il quale si ridisegna la curva del valore
- comprendere a fondo nuovi valori per la valutazione dei collaboratori
- aumentare il patrimonio conoscitivo ed informativo sul cliente interno per strutturare processo di lavoro più consono alle sue esigenze;

Principali argomenti trattati

- Il nuovo ruolo del cliente interno ed esterno
- Passare da semplice supply chain a value chain interna
- Presentazione degli step di implementazione
 - il concetto di innovazione di valore con il cliente interno ed esterno,
 - la nuova curva del valore per il cliente interno ed esterno,
- 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 dei processi aziendali impegnati in attività di reengineering o revisione che intendono "aprire" la catena del valore al nuovo cliente