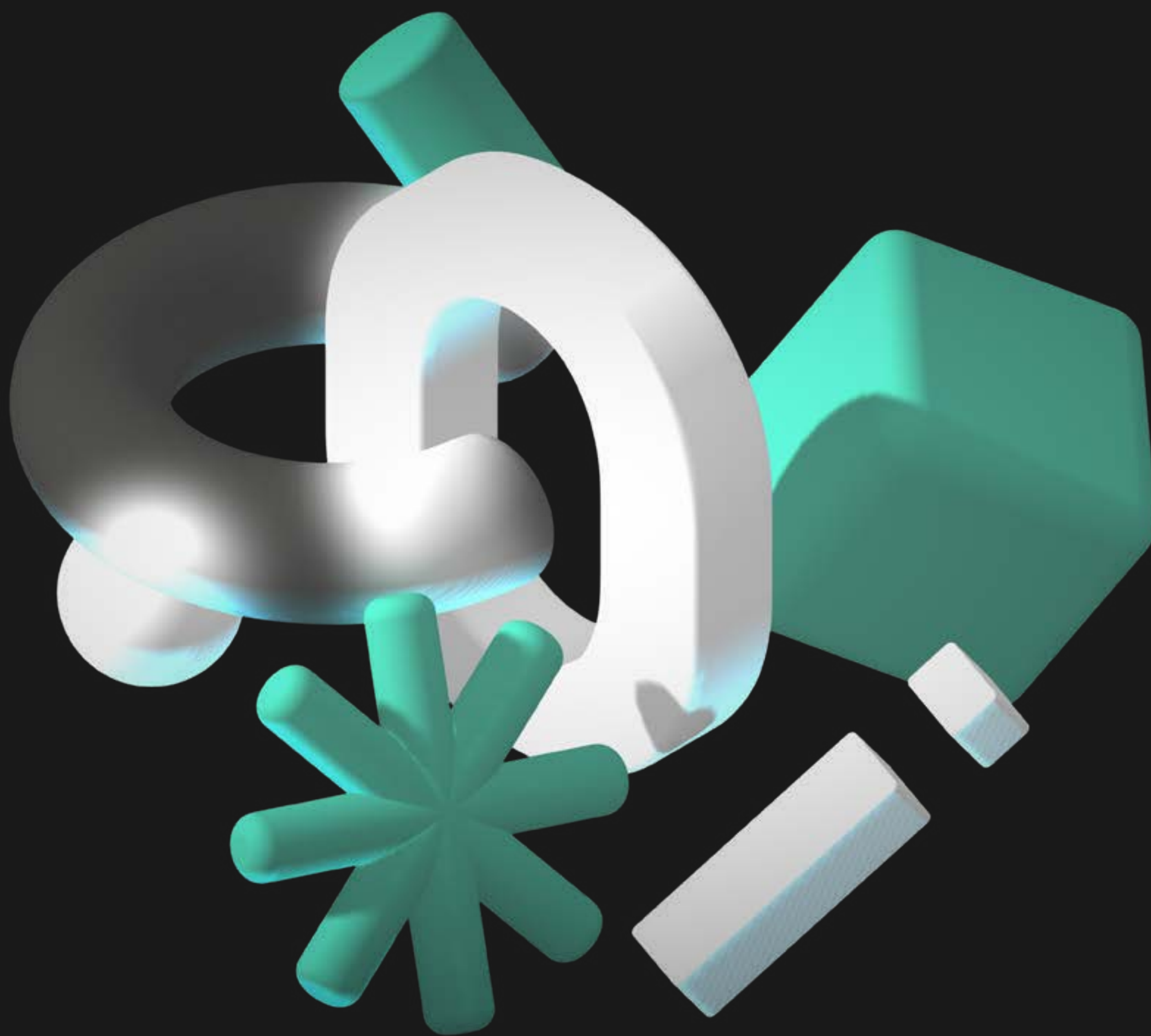


SEEDBLE PRESENTA

COSA SIGNIFICA FARE *OPEN INNOVATION* ?



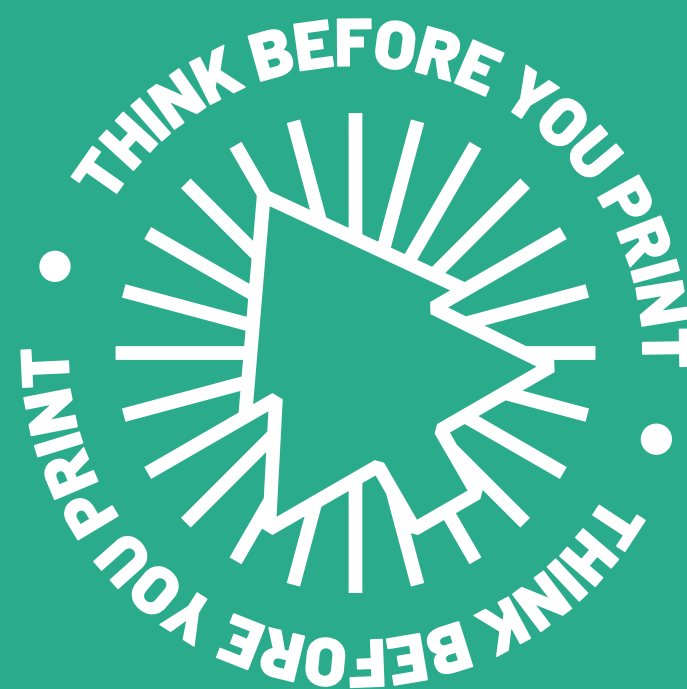
•SEEDBLE

Scaricando questo documento ti sei aggiudicato lo status di **INNOVATORE**



Sei davvero sicuro di voler rinunciare a questo traguardo per **un'anacronistica stampa?**

Green, tech e paperless:
un vero innovatore è digital!
#ThinkBeforeYouPrint



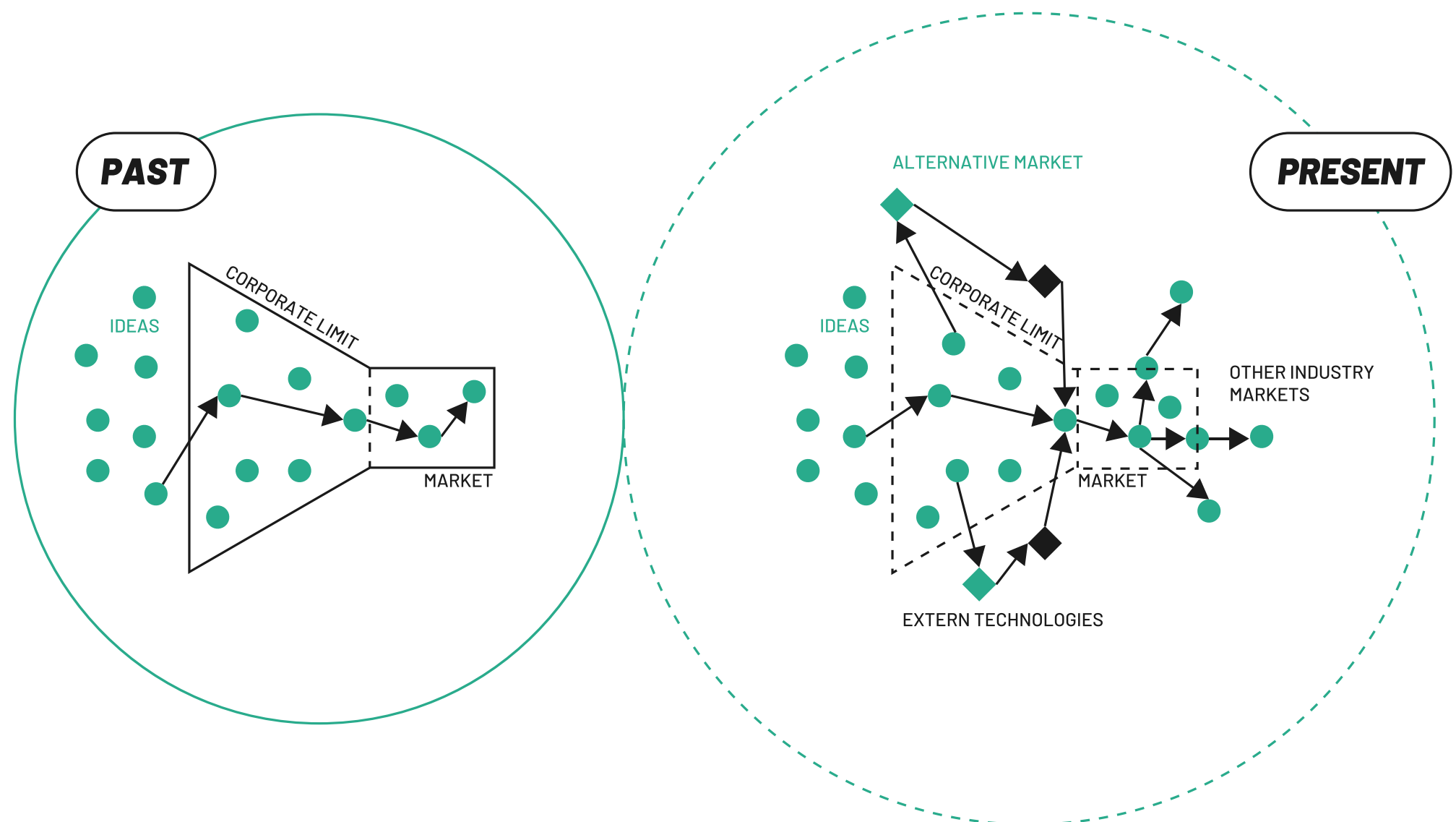
5→ Cosa significa fare **OPEN INNOVATION?****9**→ Gli **strumenti** dell'**INNOVAZIONE****13**→ Il **framework** dell'**INNOVAZIONE****15**→ Fatti **ISPIRARE****19**→ Il **brief** dell'**INNOVAZIONE**

“L’open innovation è un paradigma che afferma che le imprese **possono e debbono fare ricorso a idee esterne**, così come a quelle interne e accedere con percorsi interni ed esterni ai mercati **se vogliono progredire nelle loro competenze tecnologiche.**”

OPEN INNOVATION?

➔ Nella traduzione letterale, significa **innovazione aperta**. Si tratta, quindi, di un modello di innovazione che prevede di **attingere ad una ricerca esterna di risorse, strumenti, esperienze e competenze**.

Alla base di essa c'è una collaborazione con attori esterni dell'ecosistema di innovazione come startup, tech company, università, centri di ricerca, acceleratori e incubatori.



Questo tipo di visione è diventata necessaria da quando i mercati hanno cominciato ad **aprirsi verso prospettive internazionali e a contaminarsi tra loro**. In un ambiente turbolento e pieno di cambiamenti, infatti, i modelli tradizionali (closed innovation) concepiti basandosi sul solo affidamento all'area di R&S interna, sono diventati presto onerosi e poco efficaci.

L'Open Innovation è un **approccio market-oriented** che consente di ricorrere a idee, intuizioni, know how, tecnologie, competenze e risorse provenienti dall'ambiente circostante all'azienda con l'obiettivo di sviluppare in co-design soluzioni, ridurre il go-to-market, condividere rischi e costi, intercettare nuove opportunità e frontiere di business, ampliare prospettive e sviluppare cultura dell'innovazione.

Si tratta di un paradigma che permette alle **organizzazioni di essere più competitive, flessibili e innovative** facendo leva sul *crowdsourcing* e sulla creazione di network tra aziende, esperti, startup, community tech, acceleratori, incubatori, università e dipendenti con l'obiettivo di cooperare e collaborare sfruttando l'aggregazione di tecnologie, soluzioni e competenze diversificate.

Per comprendere a pieno l'open innovation è necessario, quindi, guardare le cose da una prospettiva diversa.

Si può iniziare comprendendo i **TRE PILLAR** su cui si fonda il modello:

- **Apertura alla condivisione di idee, prodotti, e servizi verso (e da) realtà esterne all'azienda** che genera la contaminazione di culture ed esperienze.
- **Mindset e cultura aziendale orientati alla condivisione di idee ed esperienze:** è molto importante diffondere tra i propri dipendenti l'importanza strategica di cambiare modi di lavorare, processi e mentalità, allora diviene molto difficile aprirsi all'innovazione.
- **Il management**, che deve saper porre obiettivi strategici chiari e implementare processi operativi che sostengano nuovi modelli di innovazione.

CLOSED INNOVATION

- Le migliori risorse nel settore lavorano nella nostra azienda

- Per guadagnare da R&S, dobbiamo scoprire, sviluppare e portare sul mercato ciascuna idea da soli

- Se generiamo prima nuove idee, saremo i primi a portarle sul mercato

- Se generiamo le idee più brillanti sul mercato avremo un vantaggio competitivo

- Dovremmo assicurarci la proprietà intellettuale di ciò che facciamo, così i competitor non possono guadagnare dalle nostre idee

OPEN INNOVATION

- Non tutti i migliori lavorano con noi, dobbiamo lavorare con le migliori risorse interne ed esterne alla nostra azienda

- Le idee esterne portano valore in azienda e la nostra struttura di R&S è parte di quel valore

- Non dobbiamo per forza generare nuove idee. Possiamo trarre profitto anche da idee non nostre

- Se facciamo il miglior uso di idee interne ed esterne avremo un vantaggio competitivo

- Dovremmo creare profitti dai terzi che vogliono utilizzare i nostri brevetti. Inoltre dovremmo comprare licenze da terzi qualora ciò porti un vantaggio al nostro modello di business

IL PARADIGMA

IL PARADIGMA, sintesi del concetto di open innovation, individua le azioni chiave per fare in modo che l'innovazione abbia successo.



APRI I CONFINI: accogli esperienze, competenze e idee esterne alla tua organizzazione ampliando i perimetri di azione.

STIMOLA LE TUE PERSONE: condividi con loro gli obiettivi strategici di innovazione, fai modo che si possano esprimere intuizioni e talento, promuovendosi attori del cambiamento.

COLLABORA: stimola la generazione di nuove idee, nuovi prodotti e modelli di business cooperando con altre realtà attraendo il potenziale dall'esterno.

CONTAMINA: utilizza tecniche e strumenti per favorire la condivisione di conoscenza, alimentando l'interazione tra le persone e l'attivazione di network di innovatori.

SPERIMENTA: stimola la cultura dell'apprendimento continuo e del fallimento, misurando sempre metriche e avanzamenti.

QUALI SONO GLI **STRUMENTI** PER METTERE IN PRATICA **L'OPEN INNOVATION**



CALL4STARTUP: È un concorso lanciato da aziende, università, acceleratori o incubatori per attrarre startup con l'intento di integrare le soluzioni selezionate per migliorare prodotti / servizi o sviluppare nuove linee di business e modelli. In alcuni casi i concorsi sono aperti a idee (call4ideas) o alla ricerca di talenti (call4innovators).

CHALLENGE: In genere si tratta di una necessità espressa da un'azienda che vuole identificare un prodotto o servizio ben preciso, non ancora in suo possesso. Importante in questo caso è soprattutto il know-how che viene condiviso, possono partecipare start up, aziende o professionisti. Spesso sono alla base di Call4Startup.

HACKATHON: È una competizione per developer e designer della durata di qualche ora o di alcuni giorni. Nasce dalla fusione di due parole inglesi "hacker" (i destinatari della competizione) e "marathon" (la durata lunga della competizione). Si svolge in presenza o da remoto con l'obiettivo di risolvere una problematica di business o di processo, attraverso la realizzazione di un prototipo funzionante, potenzialmente applicabile sul mercato

INNOVATION LAB: È un laboratorio di idee progettato per stimolare l'innovazione e l'imprenditorialità all'interno delle aziende. Ha l'obiettivo di stimolare la creatività e l'intrapreneurship delle persone e spingerle a pensare e agire come una startup. Gli Innovation Lab nascono per raccogliere idee internamente partendo da problematiche legati a processi aziendali e ambiscono a diventare centri di innovazione che dialogano con l'esterno.

BUSINESS EVENT: Sono eventi focalizzati su tematiche legate al mondo dell'innovazione, ideati per stimolare la contaminazione e l'interazione con partner, esperti e community tech. Si svolgono in modalità ibrida per accogliere professionisti e aziende da tutto il mondo e portare prospettive differenti nella discussione del tema centrale (es: tecnologia, sostenibilità, aggregazione e impatti sociali).

PARTNERSHIP: Si tratta di collaborazioni strette con Università, Acceleratori ed Incubatori, per favorire l'innovazione su tematiche specifiche e su chiare esigenze aziendali. Acceleratori e Incubatori, in particolare, offrono percorsi di innovazione, gestiscono community di innovatori e possono attivare club di investitori privati e venture capitalist. Si attivano in maniera complementare alle Call4Startup, Challenge e Hackathon richiamando all'azione i network di competenza.

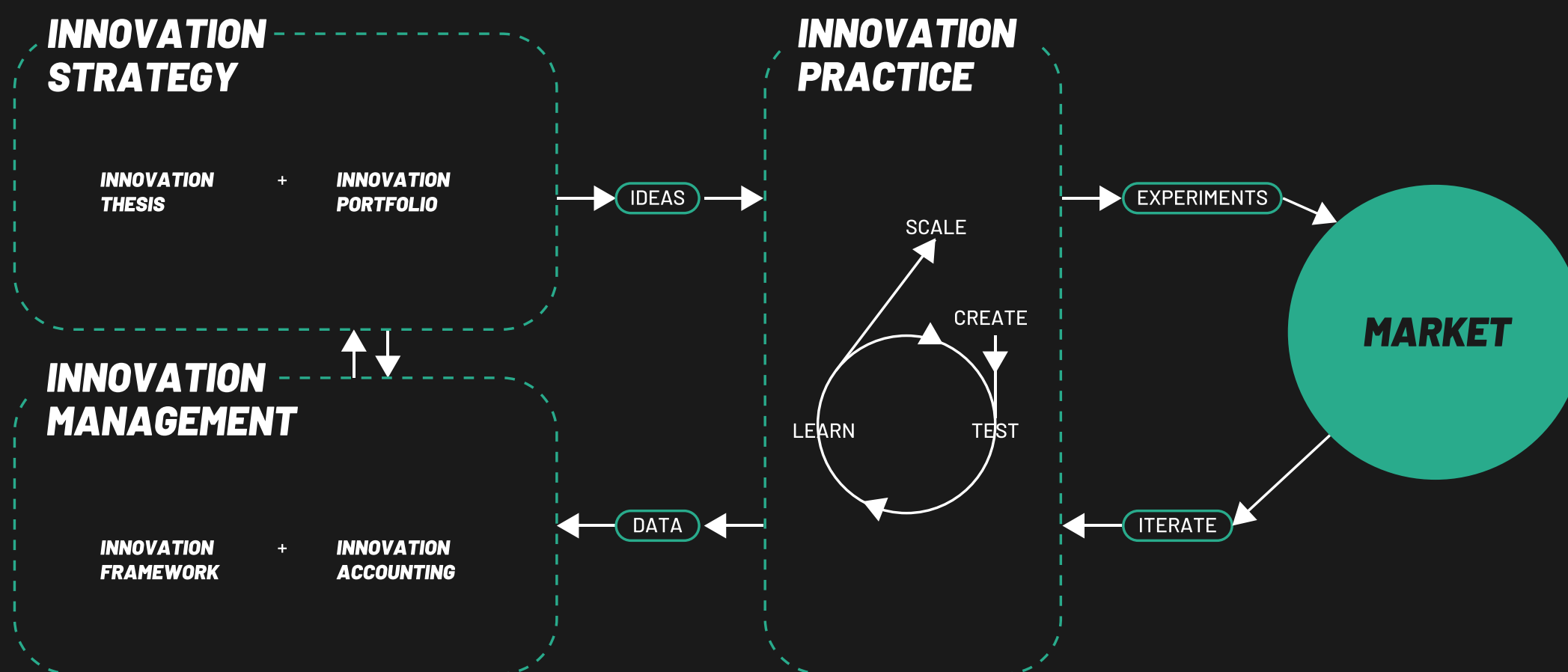
SCOUTING PLATFORM: Sono piattaforme digitali capaci di creare un ponte tra le imprese e gli innovatori/startup. Operano come "broker" favorendo il matching tra domanda e offerta di innovazione, e sono nella maggior parte dei casi soggetti privati. Piattaforme come Innocentive, F6S, blendX, ospitano, le challenge proposte dalle aziende e consentono di mappare le soluzioni più performanti e in linea con le esigenze di innovazione.

CORPORATE VENTURE: Si tratta di un modello per creare e investire startup all'interno di un'organizzazione per rispondere a esigenze operative e di mercato. Sono modelli dedicati alla scalabilità veloce di un numero selezionato di progetti ad alto impatto strategico. Un modello vincente, applicato anche all'interno delle aziende, è quello dello Startup Studio, ossia di un programma di creazione startup attraverso percorsi di accelerazione e collegamenti con investitori e business angel.

	CALL4 STARTUPS	CHALLENGE	HACKATHON	INNOVATION LAB
QUAL È L'OBIETTIVO?	Attivare collaborazioni con startup e sviluppare progetti di co-innovazione	Utilizzare il crowdsourcing come leva di mercato per generare vantaggio competitivo	Facilitare la contaminazione e generare soluzioni attraverso la prototipazione veloce	Trasformare idee e intuizioni in potenziali progetti azienda
QUANDO SCEGLIERE QUESTO TIPO DI EVENTO?	Quando ricerchi determinate competenze o vuoi investire in soluzioni innovative	Quando devi risolvere dei problemi interni o sfide di business e vuoi attingere dall'esterno	Quando vuoi prototipare soluzioni, ricercare professionisti e creare network	Quando vuoi alimentare la cultura dell'innovazione e dell'imprenditorialità in azienda
CHI ORGANIZZA?	- Aziende - Incubatori - Acceleratori - Istituzioni	- Aziende - Incubatori - Acceleratori - Istituzioni	- Aziende - Network	- Aziende - Acceleratori
CHI PARTECIPA?	- Start up - Tech Company	- Start up - Professionisti - Studenti - Tech Company	- Studenti - Start up - Professionisti - Tech company	- Dipendenti - Studenti - Professionisti
QUANDO APPLICARE QUESTA SOLUZIONE?	Richiede l'analisi dei bisogni e la definizione dei flussi di attivazione contest	Richiede l'analisi dei bisogni e la definizione dei flussi di attivazione contest	Richiede una conoscenza approfondita delle dinamiche organizzative	Richiede un team e del budget dedicato, oltre a un mindset all'innovazione
POSSO PARTIRE DA SOLO?	Sì, ma attento alla corretta mappatura dei bisogni e all'innesto della soluzione selezionata all'interno delle dinamiche aziendali.	Sì, ma attento alla corretta mappatura dei bisogni e all'innesto della soluzione selezionata all'interno delle dinamiche aziendali.	No. Servono competenze ed expertise specifiche. Evita di cimentarti da solo.	No, a meno che non hai già un team d'innovazione. In tal caso non avrebbe avuto senso scaricare questo documento

	BUSINESS EVENT	PARTNERSHIP	SCOUTING PLATFORM	CORPORATE VENTURE
QUAL È L'OBIETTIVO?	Posizionarsi sul tema dell'Open Innovation in maniera strutturata	Rafforzare posizionamento e sviluppare progetti a più ampio impatto	Ricerca soluzioni innovative, startup e tecnologie	Sviluppare startup internamente e diversificare business
QUANDO SCEGLIERE QUESTO TIPO DI EVENTO?	Quando vuoi creare un'occasione di dibattito e networking aggregando esperti e aziende di settore	Quando vuoi ampliare il network di player che interagiscono con frequenza nelle community di innovatori	Quando vuoi intercettare nuove opportunità di business e sviluppo progetti	Quando vuoi canalizzare risorse, investimenti e team nella creazione di startup
CHI ORGANIZZA?	<ul style="list-style-type: none"> - Aziende - Incubatori - Acceleratori - Network 	<ul style="list-style-type: none"> - Aziende - Istituzioni - Acceleratori - Incubatori - Network 	<ul style="list-style-type: none"> - Aziende - Acceleratori - Incubatori - Network 	<ul style="list-style-type: none"> - Aziende
CHI PARTECIPA?	<ul style="list-style-type: none"> - Studenti - Startup - Professionisti - Aziende - Network - Tech company 	<ul style="list-style-type: none"> - Aziende - Istituzioni - Acceleratori - Incubatori - Network - Tech company 	<ul style="list-style-type: none"> - Startup - Tech company 	<ul style="list-style-type: none"> - Acceleratori - Incubatori - Dipendenti - Network
QUANDO APPLICARE QUESTA SOLUZIONE?	Richiede budget e network sviluppato. L'organizzazione logistica può essere esternalizzata	Richiede consapevolezza su scelte strategiche e di posizionamento	Richiede l'analisi dei bisogni e la scelta della giusta piattaforma	Richiede competenze sviluppate, oltre che budget e risorse importanti
POSSO PARTIRE DA SOLO?	Si, ma attento alla scelta dei giusti relatori e al format più adatto alla tua audience.	Si, ma attua una strategia di ricerca dei giusti partner in funzione dello stadio di maturità della tua azienda nei confronti dell'innovazione	Si, ma attento alla corretta mappatura dei bisogni e all'innesto della soluzione selezionata all'interno delle dinamiche aziendali	No. Servono competenze ed expertise specifiche. Evita di cimentarti da solo.

IL FRAMEWORK *DELL'INNOVAZIONE*



INNOVATION STRATEGY

INNOVATION THESIS

È simile alla mission aziendale. Deve far capire in poche parole **qual è il percorso che l'azienda vuole intraprendere**; in sostanza, definisce gli obiettivi strategici dell'innovazione.

INNOVATION PORTFOLIO

È un insieme dei progetti d'innovazione eseguiti. Devono essere scelti in modo da **mostrare l'impatto che hanno avuto su:** attività core, attività parallele al core, attività disruptive che proiettano l'azienda in altri mercati.

INNOVATION PRACTICE

INNOVATION THESIS

È qui che le idee vengono generate, testate portate su scala. I team di prodotto che sviluppano le idee dovranno seguire un **approccio agile per essere più snelli possibile.**

L'organizzazione ha il vantaggio di avere già quelli che le startup chiamano **early adopters**, quindi un bacino di utenti che possono validare l'idea.

INNOVATION MANAGEMENT



INNOVATION FRAMEWORK

Identificare i progetti fattibili, per poi testarli e concretizzarli. Ne esistono molti: Running Lean (Ash Maurya), Investment Readiness (Steve Blank), Lean Product Lifecycle (Tendayi Viki), Esplorazione - Pilota - Commercializzazione (Brock Kolls).

INNOVATION ACCOUNTING

Una forma di contabilità che utilizza metriche alternative, come: il numero di nuove idee generate da un'organizzazione, la percentuale di innovazioni con un prodotto/mercato comprovato, la velocità di apprendimento.

FATTI ISPIRARE

Alcune grandi aziende hanno rafforzato il loro successo sfruttando proprio alcune tecniche di open innovation.

Ecco una serie di casi aziendali da cui prendere ispirazione.



IL CASO DI CROWDSOURCING DI LEGO

Lego ha coinvolto direttamente i suoi clienti più appassionati per ottenere nuove idee e co-creare nuovi progetti. Così facendo, ha non solo fatto sentire i suoi consumatori parte di qualcosa, ma ha anche **ottenuto idee dai diretti interessati**.

Il portale LEGO IDEAS è tuttora online e permette di interagire con il brand e partecipare a contest o semplicemente candidarsi con un'idea per diventare un LEGO DESIGNER.

COSA PUOI IMPARARE DA LEGO

- Sfruttare il **crowdsourcing** per validare idee
- **Ampliare prodotti e servizi** sfruttando le idee della community
- **Rafforzare il proprio brand** dando voce alla community



LA COMMUNITY OPEN SOURCE DI MOZILLA FIREFOX

La stessa dinamica del crowdsourcing di Mozilla, applicato al mondo dei software, ha permesso a Mozilla di **ottenere un contributo da migliaia di developers volontariamente**, anche solo per il senso di appartenenza e la passione per il brand.

Così facendo ha lanciato un prodotto sul mercato che aveva già il sostegno di migliaia di utenti.

COSA PUOI IMPARARE DA FIREFOX

- Sfruttare il crowdsourcing per **testare prodotti e servizi**
- Utilizzare la community per **migliorare i propri servizi**
- **Rafforzare il proprio brand** dando voce alla community



LA CHALLENGE DI P&G

Procter & Gamble ha puntato sull'aumentare la rete delle sue conoscenze, creando joint venture e acquisizioni mirate di startup e aziende che hanno contribuito alla **creazione di nuovi business e migliorato il posizionamento di mercato di P&G.**

Ha, inoltre, lanciato numerose challenge (sia interne che esterne) coinvolgendo circa 2.000 agenti in tutto il mondo.

COSA PUOI IMPARARE DA P&G

- Utilizzare le **challenge** interne per stimolare **i dipendenti**
- Ampliare **prodotti e servizi** sfruttando le **idee dei team** che lavorano in P&G
- Utilizzare le **challenge** verso l'esterno per **attrarre talenti e startup** in target
- Sviluppare le **partnership e le joint venture** con finalità strategiche **per il proprio business o per creare nuovi modelli di business**



IL DECLINO DI XEROX

Brand che produce stampanti industriali e per le aziende, ha subito varie crisi in relazione alle sue decisioni di non aprirsi a nuove tecnologie e nuovi modelli di business, mantenendo gli enormi investimenti in dipartimenti di ricerca e sviluppo chiusi all'interno dei confini aziendali.



Problema ancor più grave se si pensa che spinoff come Adobe e 3COM, società nate da ex-dipendenti di Xerox **usciti dall'azienda proprio perché non stimolati ad aprire mentalità e confini**, valgono ora miliardi di dollari.

Blockbuster, Nokia, Kodak e Polaroid sono casi simili dove addirittura le aziende sono cadute in fallimento.

COSA PUOI IMPARARE DA XEROX

- ➔ Stimolare i propri dipendenti a proporre **nuove idee** è sempre un'attività vincente
- ➔ Aprirsi a **collaborazioni esterne** permette di non rimanere focalizzati solo sul proprio business **acquisendo competenze e punti di vista che possono aprire nuovi scenari**

Dopo tutte queste informazioni ti lasciamo delle azioni chiave che sintetizzano il **percorso** per diventare un'azienda orientata all'open innovation.



CREA LA TUA STRATEGIA

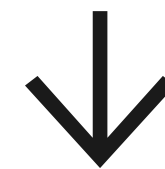
Concentrati sugli obiettivi che vuoi raggiungere, prendi spunto dai progetti che hai realizzato e focalizzati su ciò che la tua azienda ha realmente bisogno.

Come? Interrogando le tue persone e coinvolgendole nella raccolta di suggestioni, desideri e necessità. Dedica tempo nella creazione della tua visione rispondendo alla domanda:

"Cosa vuoi che diventi la tua azienda tra 10 anni?"

La risposta ti aiuterà a scoprire ambiti di innovazione che oggi non presidi. Coinvolgi facilitatori nell'identificazione di nuove pratiche e nella razionalizzazione del pensiero strategico.

APRI LA TUA MENTE



Elimina i confini aziendali e accogli nuove prospettive sia dai tuoi dipendenti che da realtà esterne. Prendi ispirazione dagli altri e non credere nelle best practice: ciò che ha funzionato in un'azienda non è detto che funzioni nella tua.

Investi, piuttosto, del tempo a capire le storie di fallimento delle altre aziende. Ti aiuteranno a procedere con maggior consapevolezza.

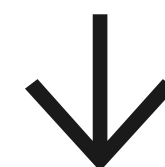


ACCOGLI L'ERRORE

Sbagliare è una parte importante dei cambiamenti e delle innovazioni, l'importante è fare tesoro di ciò che hai imparato. La cultura del fallimento e del "fail fast" (prima fallisci prima impari) sono principi chiave per accelerare l'apprendimento continuo e inseguire nuovi trend e opportunità. Investi nella formazione sensibilizzando le persone a ragionare come imprenditori, assegnando aree di responsabilità e budget per lo sviluppo di nuovi business.

Fatti ispirare da esperti, innovatori e imprenditori e crea occasioni di scambio e condivisione esperienze.

MISURA I TUOI RISULTATI



Assicurati che obiettivi e risultati siano in linea tra di loro e non lasciare nulla al caso. La continua sperimentazione non significa fare innovazione in eterno. Bisogna identificare bene le milestone di sviluppi, i cicli di investimento e le metriche chiave che aiutano management e collaboratori a focalizzarsi su ciò che realmente serve e canalizzare gli sforzi nella giusta direzione.

Crea momenti di feedback e retrospettiva facendoti aiutare da facilitatori ed esperti che contribuiscono fornendoti una prospettiva esterna ed oggettiva.



Questa guida ti ha incuriosito?

Ti interessano ulteriori approfondimenti?

Vuoi inviarci le tue idee e/o proposte relativi a progetti di OPEN INNOVATION?

Siamo una **PMI innovativa**, nata nel 2014, con sede a Roma, Den Haag e Lugano. Siamo un'organizzazione in continua evoluzione, oggi parte del gruppo **Symphonie Prime**.

Nasciamo nell'epoca della **Digital Economy** con lo scopo di essere protagonisti del cambiamento e del futuro.

Perseguiamo l'innovazione grazie a un **approccio agile** e trasversale e - soprattutto - al lavoro di un team fantastico e alla nostra **community internazionale**, avendo collaborazioni in Olanda, UK, Svizzera, Germania, Spagna, Francia e India.



CONTATTACI



SCRIVICI A: **HELLO@SEEDBLE.COM**

•SEEDBLE