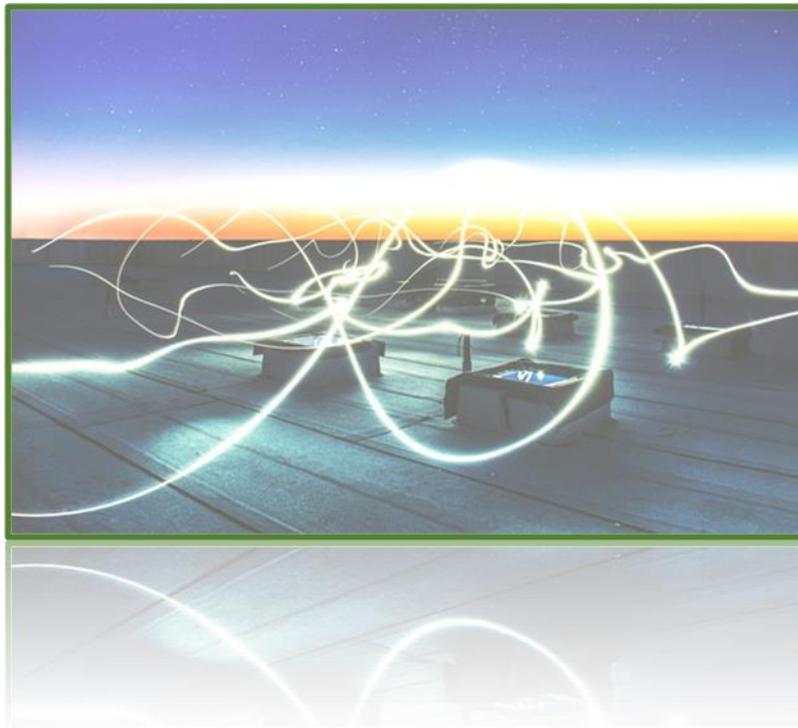


## Open Innovation, Marketing & Social Media Management 4.0

*Incontri e workshop sulle nuove competenze manageriali*



## IL PROGRAMMA

## Open Innovation, Marketing & Social Media Management 4.0

*Incontri e workshop sulle nuove competenze manageriali*

### MODULO A – Managing (Open) Innovation

VENERDI' 17 Maggio – Orario: 14-18 – Relatore G. Bortoluzzi  
Aula Generali – MIB Trieste School of Management

**# Tema:** I trend dell'innovazione tecnologica e le strategie di innovazione.

Il contesto competitivo si caratterizza sempre più per “salti” tecnologici improvvisi chiamate discontinuità tecnologiche (discontinuous innovation). Nell'era digitale, le discontinuità tecnologiche si verificano sempre più frequentemente e con effetti dirompenti su interi settori: nuovi player sostituiscono i precedenti, nuove competenze diventano necessarie. Secondo Michael Cusumano (MIT Boston) la digitalizzazione fa scomparire i settori a “bassa tecnologia”. Tutti i prodotti sono destinati a diventare “ibridi”. E quando un prodotto tradizionale si ibrida con una tecnologia digitale, il prodotto diventa automaticamente una “piattaforma”. Cosa sono e come si reagisce ad una discontinuità tecnologica? Cosa sono le piattaforme e come si compete in un settore platform-based?

Ne discutiamo, tra gli altri, con:

*#InfoFactory*

*#Motion Analytica*

*#Lyl Projects*

*#Sharge.me*

*e con gli imprenditori e i manager presenti in aula*

SABATO 18 Maggio – Orario: 09-13 – Relatore G. Bortoluzzi  
Aula Generali – MIB Trieste School of Management

**# Tema:** Oltre i prodotti: servitization strategies, solutions, experience economy

Il futuro dei prodotti... è nei servizi. Il processo di progressiva “servitizzazione” (servitization) della manifattura è ineludibile e la digitalizzazione sta accelerando questa transizione: ai prodotti tradizionali si affiancano nuovi servizi (digitali) offrendo nuove modalità di vendita basate sulla fornitura di un servizio, con la contestuale generazione di effetti di lock-in nei confronti dei clienti. Ma ci sono ulteriori modi per generare effetti di lock-in: offrire soluzioni complete e vendere “esperienze” memorabili. Impariamo a riconoscerle e ad attuarle.

Ne discutiamo, tra gli altri, con:

*#Foxwin*

*#Microglass*

*#Soplaya*

*#Interna*

*e con gli imprenditori e i manager presenti in aula*

## IMPRENDITORI E MANAGER PER IL NEW DEAL DEL FVG

VENERDI' 31 Maggio – Orario: 14-18 – Relatore G. Bortoluzzi  
Aula Generali – MIB Trieste School of Management

**# Tema:** Gestire la transizione da un modello di Innovazione “chiusa” all’Open Innovation

Quello del “fare da soli” è un mantra ricorrente nelle imprese locali. Lo ripetono spesso e con un certo orgoglio imprenditori e manager. Ma è ancora possibile e conveniente fare da soli? Ad esempio, è possibile affrontare la digitalizzazione della manifattura contando sulle sole proprie forze e su competenze sviluppate in-house? Probabilmente no.

Come funzionano, allora, i modelli di open-innovation? Quali le figure chiave per gestire i processi di open innovation? Quali le attitudini mentali da abbandonare per adottare un modello Open?

Ne discutiamo, tra gli altri, con:

*#T.S.M.*

*#Wartsila*

*#GruppoBisaro*

*e con gli imprenditori e i manager presenti in aula*

SABATO 1 Giugno – Orario: 09-13 – Relatore G. Bortoluzzi  
Aula Generali – MIB Trieste School of Management

**# Tema:** Esperienze di transizione: ri-organizzare per ripartire

Guidati dal relatore, alcuni ospiti e partecipanti al percorso provenienti da consolidate aziende del territorio e start-up innovative presenteranno all’aula alcuni processi di transizione che li stanno riguardando o che li hanno riguardati da vicino recentemente. Strategie, modalità organizzative, processi manageriali attivati saranno analizzati e discussi assieme.

Ne discutiamo, tra gli altri, con:

*#Brovedani*

*#Danieli*

*#Eurotech*

*#Aid4Med*

*e con gli imprenditori e i manager presenti in aula*

## IMPRENDITORI E MANAGER PER IL NEW DEAL DEL FVG

### MODULO B – Marketing Management, Inbound Marketing, Social Media Marketing

VENERDI' 7 Giugno – Orario: 14-18 – Relatore A. Ampò  
Aula Generali – MIB Trieste School of Management

#### ***Costruire strategie di marketing basate sul valore per il cliente***

##### **# Caso aziendale interattivo (metodo Harvard) - Watermax (da leggere PRIMA della sessione d'aula)**

Anche un prodotto innovativo ha bisogno di marketing; non sempre le nuove tecnologie e le innovazioni sono sufficienti a decretare (da sole) il successo di un'offerta. Il caso Showermax è focalizzato proprio su questi temi: Quali problemi di mercato e di marketing aziendale hanno causato lo scarso successo del prodotto? Quali player interni ed esterni all'azienda possono essere la chiave di volta? Quali modifiche alla strategia di marketing possono risollevare le sorti del prodotto? Quali implicazioni per il marketing mix?

**# Tema:** Marketing – non solo pubblicità e vendite; costruire strategie di marketing basate sul valore – il processo, la coerenza e la gestione del trade-off

**# Tema:** Le colonne portanti della strategia di marketing – segmentazione, targeting e posizionamento e le loro implicazioni per il marketing mix

VENERDI' 14 Giugno – Orario: 14-18 – Relatore A. Ampò  
Aula Generali – MIB Trieste School of Management

#### ***Inbound marketing***

##### **#Caso Aziendale interattivo (metodo Harvard) – Digispot (da leggere PRIMA della sessione d'aula)**

“Il marketing tradizionale è morto?” E' stata proprio questa una delle domande che ha accompagnato l'affermarsi della prospettiva dell'inbound marketing. Il caso Digispot, un'azienda prettamente B2B, riguarda proprio un software per la gestione delle attività di inbound marketing. Parleremo di cosa sia questa prospettiva di marketing, quali i suoi strumenti e le diversità rispetto al marketing tradizionale. Inoltre discuteremo di quale possa essere la strategia e le scelte di marketing mix più opportune per l'azienda, alla luce del mercato, dei suoi segmenti, e degli obiettivi aziendali.

**# Tema:** inbound marketing & web marketing basics– prospettiva, strumenti, mindset

**# Incontro** con una start-up

## IMPRENDITORI E MANAGER PER IL NEW DEAL DEL FVG

VENERDI' 28 Giugno – Orario: 14-18 – Relatore P. Orciuolo  
Aula Generali – MIB Trieste School of Management

### ***I numeri e le opportunità dei social media***

C'è una grande attenzione intorno al lavoro del social media manager, soprattutto quando si affronta il tema legato alle professioni. Le aziende non possono puntare sull'improvvisazione. Anzi, dovrebbero allontanarsi il più possibile da questa logica: ogni azione dovrebbe essere inserita in una *digital strategy* ed eseguita da una persona competente.

Per ottenere dei risultati tangibili è obbligatorio rivolgersi a un social media manager.

Il social media marketing non è un'attività scollegata dal blogging o dalla SEO. E neanche dal web design. Chi lavora in questo settore deve andare oltre l'isolamento dello strumento e delle sue metriche immediate, utili per una misurazione superficiale. Le parole d'ordine per descrivere questo consulente del settore web marketing sono: creatività, competenza e strategia.

Analizziamo assieme tutti questi aspetti per affrontare coerentemente questo aspetto della rivoluzione digitale che stiamo vivendo ogni giorno nella nostra azienda.

### **#Tema: L'utilità dei social media in azienda nel 2018: falso mito o realtà?**

1. I numeri dei social media nel 2019
2. I social media a supporto del customer journey

### **#Tema: Quanto influiscono i social media sul brand aziendale?**

1. Monitorare, ascoltare, sfruttare la social intelligence, misurare
2. Impariamo ad utilizzare alcuni semplici tool per ottimizzare i nostri contenuti
3. Costruire un piano editoriale coerente con il brand aziendale

Ne discutiamo, tra gli altri, con:

*#diverse realtà imprenditoriali*

SABATO 29 Giugno – Orario: 09-13 – Relatore P. Orciuolo  
Aula Generali – MIB Trieste School of Management

### ***Le piattaforme social e best practices***

#### **#Tema: I social media sono tutti uguali? Opportunità e best practices & Tone of Voice**

1. Facebook, Twitter & Instagram: le nuove opportunità per l'azienda
2. LinkedIn la migliore piattaforma per il B2B:  
*ottimizziamo assieme la nostra pagina personale e quella aziendale*
3. Content Production & Curation e le basi del Copywriting

#### **# Laboratorio pratico: Usare Google per ottimizzare la strategia social**

1. Analisi dei contenuti e dei competitor– cosa cerchiamo su Google? Google ci premia se impariamo a conoscerlo: le giuste keywords per i nostri contenuti social

Ne discutiamo, tra gli altri, con:

*#Goodman's (Former Replay) ed altre realtà imprenditoriali*

## IMPRENDITORI E MANAGER PER IL NEW DEAL DEL FVG

### MODULO C – Management Skills, Industry 4.0, La rete di Open Innovation in FVG

VENERDI' 6 Settembre– Orario: 14-18 – Relatore V. Vaspolli  
Aula Generali – MIB Trieste School of Management

**# Tema:** Complex Problem Solving & Critical Thinking

1. Pensiero critico, emotività, interpretazione ed immaginazione unite per la soluzione del problema
2. Individuare, capire e gestire i problemi. Dal problema alla soluzione. Come prendere le decisioni.
3. Pensiero creativo. Pensiero divergente. Pensiero convergente. Esercitazione
4. Strumenti per analizzare il problema. 5W 2H. Brainstorming. Lisca di Ishikawa. 6 cappelli di De Bono. Esercitazione

VENERDI' 13 Settembre– Orario: 14-18 – Relatore S. Dobran  
Aula Generali – MIB Trieste School of Management

**# Tema:** L'elemento persona nell'Open Innovation Style

1. Intelligenza sociale e gestione delle emozioni. Essere manager: relazioni ed emozioni. Gli stili comunicativi e la relazione assertiva. I canali comunicativi: emotivo e cognitivo. Le "emozioni umane" come supporto al cambiamento.
2. Team building and management. Team building: la crescita del team e lo sviluppo di competenze in otica di cambiamento ed innovazione. La gestione del team: quale stile per innovare? Comportamenti direttivi e comportamenti di sostegno al team.

VENERDI' 20 Settembre – Orario: 14-18– Relatore F. Sbroiavacca  
Aula Generali – MIB Trieste School of Management

**#Tema:** L'Open Innovation ed Industry 4.0. Le trasformazioni digitali di Industry 4.0 con l'approccio tipico dell'O.I.

1. Individuazione delle tecnologie abilitanti
2. Identificazione, generazione ed acquisizione del dato
3. Raccolta ed elaborazione del dato
4. Catalogazione e distribuzione dell'informazione
5. Analisi dei dati e produzione di nuove informazioni
6. Simulazione e digital twin
7. Governo e miglioramento dei processi

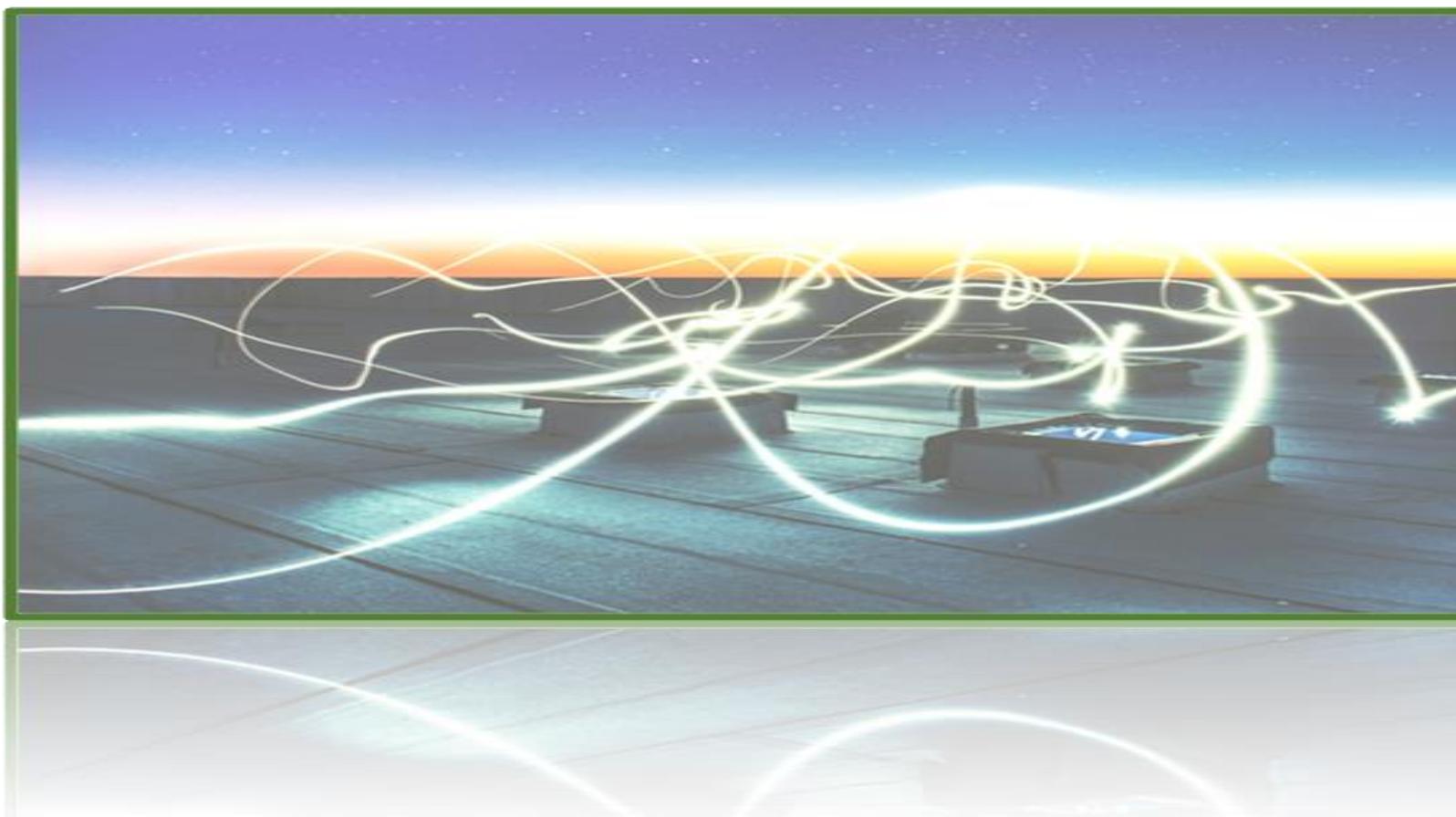
## IMPRENDITORI E MANAGER PER IL NEW DEAL DEL FVG

VENERDI' 27 Settembre – Orario: 14-18 - Relatori S. Casaleggi, P. Candotti, S. Salvador, S. Pulcini - Aula Generali – MIB Trieste School of Management

**#Tema:** L'ecosistema di supporto all'Open Innovation in Friuli Venezia Giulia

1. Il Sistema Argo e gli attori a supporto dell'Open Innovation in Friuli Venezia Giulia
2. Open Innovation e trasformazione digitale; l'esperienza di DIEx (caso aziendale)
3. Servizi di supporto all'Open Innovation per le aziende (caso aziendale)
4. La formazione e gli strumenti a supporto del sistema scientifico regionale

Draft rev - Trieste, 15.05.2019



**Federmanager Fvg:** via Beccaria 7, 34142 Trieste

**MIB TRIESTE School of Management:** Largo Caduti di Nassiriya, 1, 34142 Trieste