**CREATIVITÀ PRATICA ED INNOVAZIONE IN AZIENDA: GENERARE E CONCRETIZZARE LE IDEE**

**OBIETTIVI**

Il talento creativo è un potenziale sottoutilizzato che, opportunamente “allenato”, consente di trovare numerose idee e soluzioni innovative efficaci per il proprio contesto di lavoro.

La creatività incanalata in un percorso metodologico ricco di strumenti differenti porta a scegliere e sviluppare idee opportune, a idearne il modo più efficace di comunicarle a decisori, partner, team e a avviarle alla realizzazione, facendo di una intuizione brillante un progetto concreto.

Il corso si propone di:

* conoscere ed applicare strumenti per sviluppare e potenziare le capacità creative
* sperimentarne l’applicazione a livello individuale e in gruppo, pensando anche al coinvolgimento eventuale di clienti e fornitori
* sperimentare un percorso metodologico per l’innovazione su temi aziendali
* valutare e classificare le idee generate in funzione del loro potenziale in termini di marketing
* calcolare costi e ricavi delle idee da realizzare
* definire i prezzi di vendita di prodotti o servizi innovativi

**1^ GIORNATA: GENERARE LE IDEE**

**PROGRAMMA**

* Introduzione al concetto di creatività pratica: abilità e talento potenziabili e finalizzabili agli obiettivi aziendali
* Strumenti e tecniche di generazione di idee individualmente e in gruppo
* Innovazione radicale e incrementale
* Le leve dell’innovazione in azienda
* Saper realizzare innovazione: il business plan dell’idea
* Applicazioni della metodologia proposta a temi di innovazione aziendale

**METODOLOGIE DIDATTICHE**

Il corso prevede un costante coinvolgimento dei partecipanti nell’applicazione degli strumenti proposti: si tratta di un lavoro particolarmente attivo e coinvolgente.

**DURATA:** 1 giornata

**DOCENTE:** Enrica Poltronieri

**2^ GIORNATA: CONCRETIZZARE LE IDEE**

**PROGRAMMA**

* Criteri e metodi di scelta delle idee
* Classificare le idee in ottica di marketing: confrontarsi con la concorrenza e prevedere il punto di vista del cliente
* Nuovi prodotti o servizi come vantaggio competitivo da comunicare
* Il conto economico dell'idea: costi incrementali, investimenti, ricavi stimati
* Il pricing dell'idea: come fissare il livello di prezzo del nuovo prodotto o servizio in funzione degli obiettivi da raggiungere (quote di mercato, redditività, profitto a breve o medio/lungo termine)

**METODOLOGIE DIDATTICHE**

Il corso prevede un costante coinvolgimento dei partecipanti nell’applicazione degli strumenti proposti: si tratta di un lavoro particolarmente attivo e coinvolgente.

Per le esercitazioni è utile il PC con Excel.

**DURATA:** 1 giornata

**DOCENTE:** Cristina Mariani