

open innovation

**Prendere le decisioni giuste in
condizioni di emergenza:
strumenti**

Ing. Maurizio Scabbia (maurizio.scabbia@open-innovation.it)

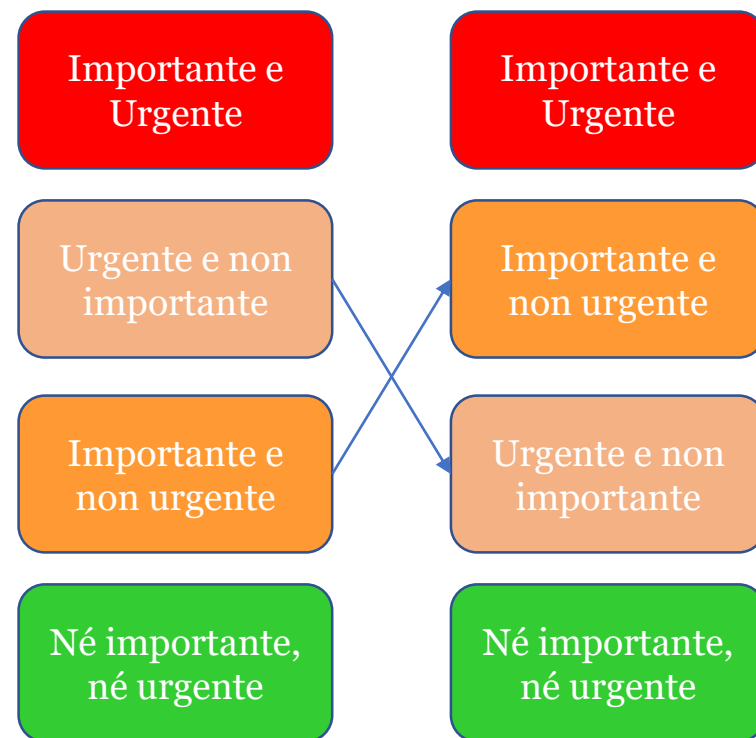
Strumenti operativi per decidere

1. Triage delle decisioni
2. Il processo per decidere
3. Costruzione di scenari
4. Tecniche di portfolio management

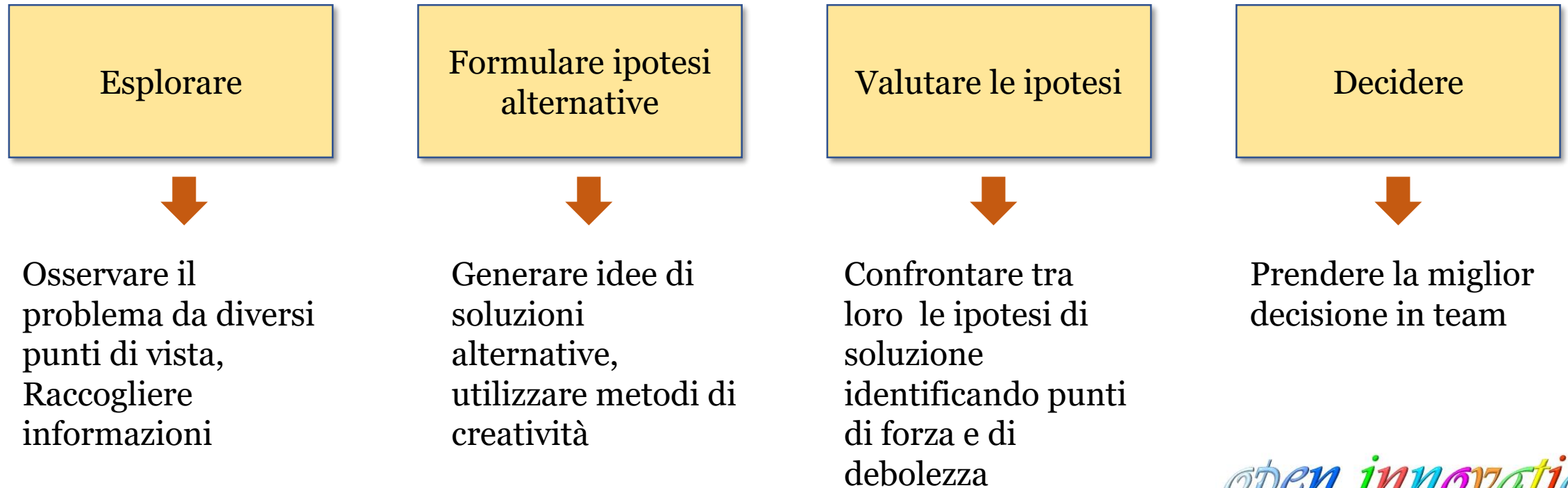
Triage: importanza e urgenza

URGENZA	Urgente: in assenza di decisioni immediate la situazione evolverà velocemente	3 Speed up	1 Fire Fighting
	Non urgente: in assenza di decisioni la situazione evolverà lentamente	4 Take time	2 Grow
	Poco importante: le conseguenze saranno leggere	Importante: le conseguenze saranno pesanti	
		IMPORTANZA	

L'approccio istintivo tende a privilegiare l'urgenza, rispetto all'importanza



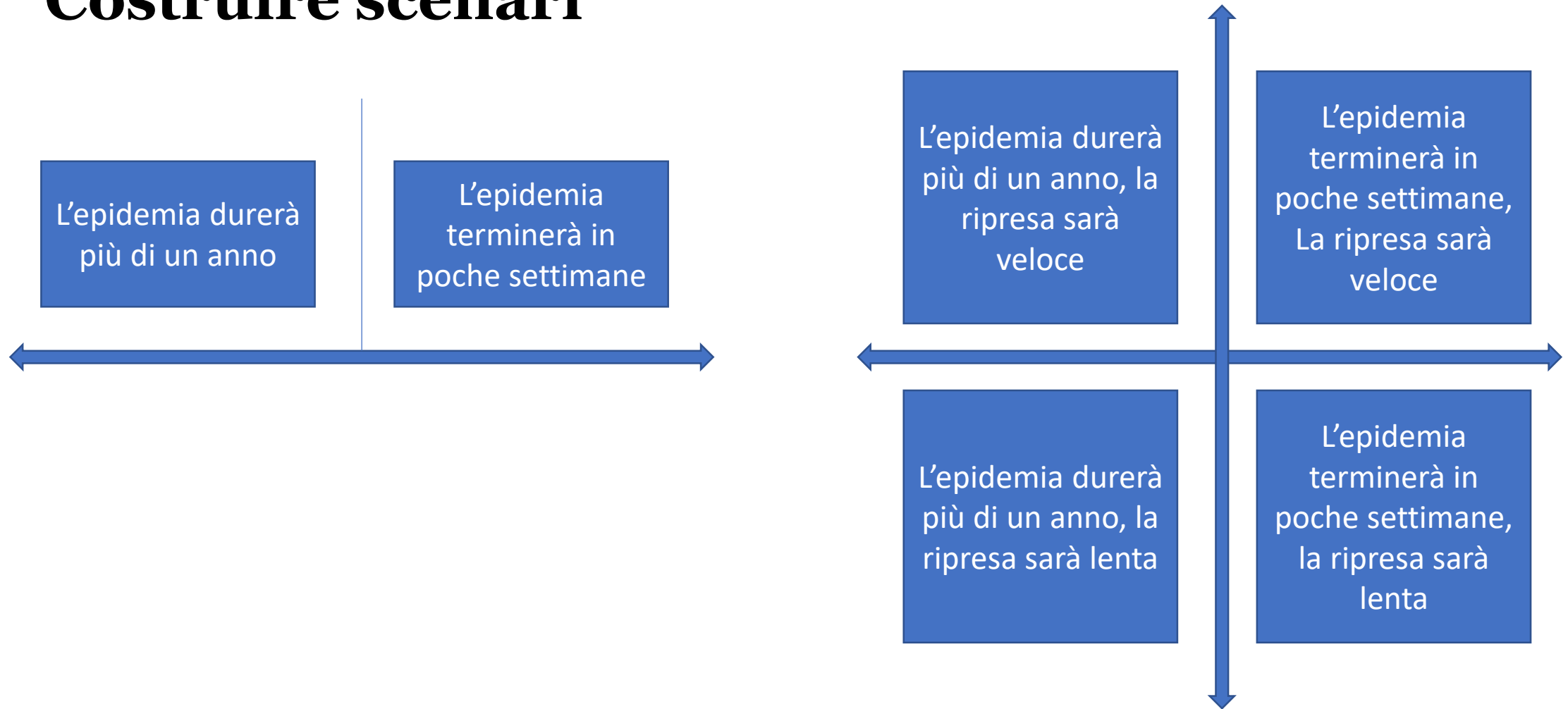
Il processo decisionale



Coinvolgere più persone

- Il processo decisionale produce risultati migliori se svolto in team:
 - Diversi punti di vista
 - Maggior attenzione
 - Riduzione del rischio di bias cognitivi
 - Miglior raccolta di informazioni
 - Più creatività

Costruire scenari



Costruzione di scenari

IL CONTESTO DI RIFERIMENTO

Riduzione della spesa sanitaria pubblica

Evoluzione del canale farmacia

Maggiori differenze tra generazioni

Esperienza vs. prodotto

Ricerca personalizzazioni

Riduzione ciclo di vita dei prodotti

Sostenibilità e responsabilità sociale

DRIVER POSITIVI

Invecchiamento della popolazione

Maggior ricerca del benessere della persona

Autonomia nella gestione della salute

DRIVER NEGATIVI

Aumento complessità normativa

Riduzione della spesa sanitaria pubblica

Crisi economica

BISOGNI EMERGENTI

Ricerca di un supporto affidabile, semplice e piacevole nel benessere – prevenzione – selfcare

Ricerca di un'esperienza di acquisto ed utilizzo personalizzata e distintiva

Sostenere la trasformazione del canale farmacie, rafforzare ed integrare la presenza multicanale

OBIETTIVI STRATEGICI

Globalizzare la presenza rafforzandosi ove già presenti ed entrando in nuovi mercati geografici

Diventare il partner di riferimento per benessere – prevenzione - salute

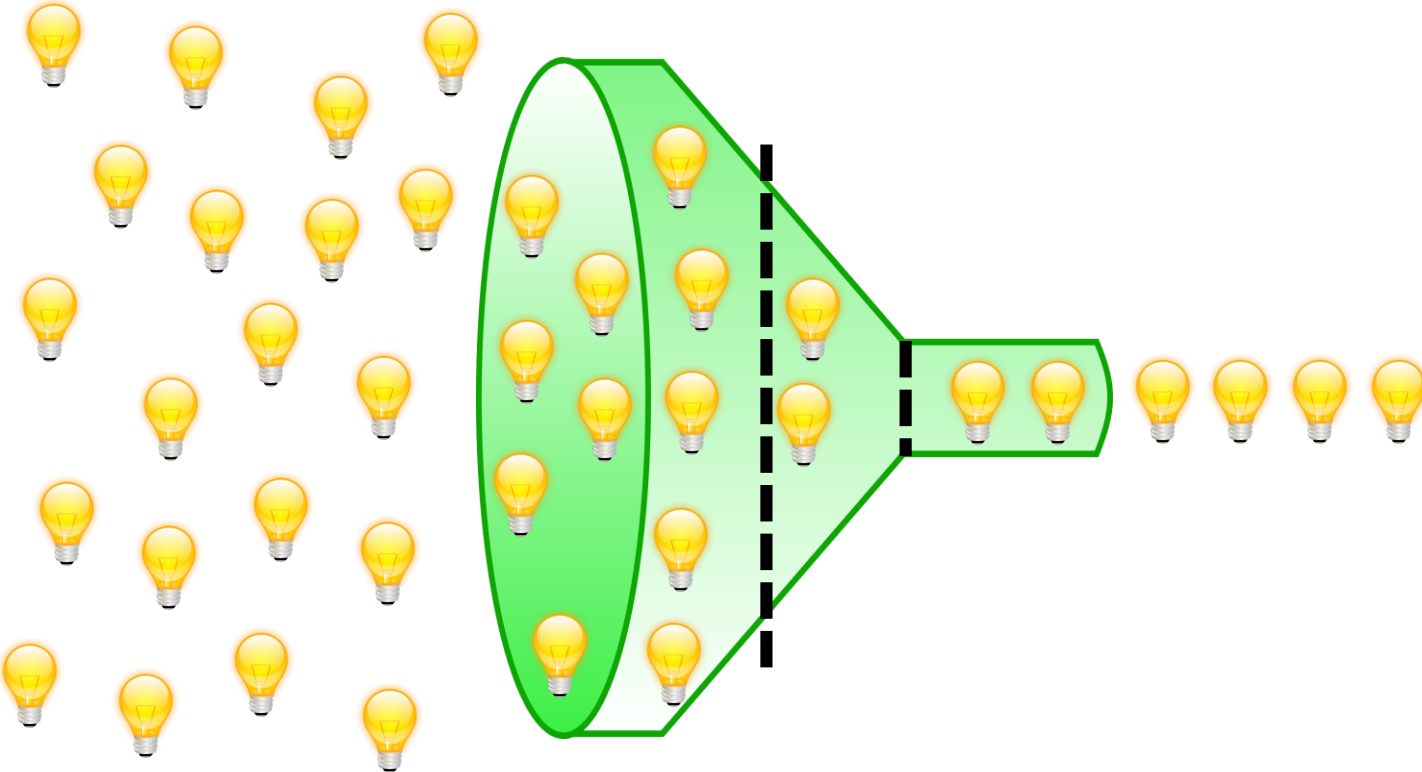
Monitorare ed adottare velocemente le nuove tecnologie (prima tra tutte l'interconnessione)

Differenziare l'offerta per diversi mercati

Essere più green

La valutazione delle idee

Metodo di selezione delle idee



Confrontare le idee

- Per facilitare le decisioni, tutti i metodi di gestione del portafoglio progetti devono permettere il confronto “oggettivo” delle diverse idee
- Confronto sulla base di:
 - Importanza strategica
 - Probabilità di successo
 - Importanza economica

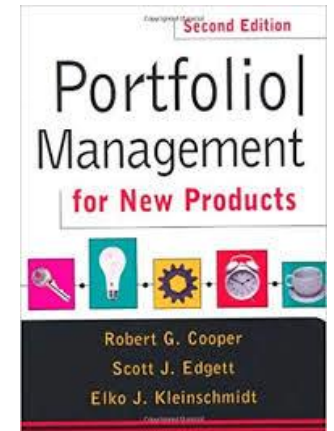
Mappa importanza/complessità



Mappa della priorità dei progetti

MERCATO	OPPORTUNITÀ				
Strategico	Strategica	4	2	1	
Strategico	Non strategica	7	5	3	
Non strategico	Strategica				
Non strategico	Non Strategica	9	8	6	
VALORE		Bassa	Alta	Bassa	Alta
PROBABILITÀ DI SUCCESSO		Bassa	Bassa	Alta	Alta

La mappa del portafoglio progetti (Cooper – Edgett – Kleinschmidt)



Portafoglio Progetti

2002

	Progetto a	Progetto b	Progetto c	Progetto d	Progetto e	Progetto f	Progetto g	Progetto h
Importanza strategica	2,0	3,7	3,6	2,4	1,6	2,2	3,9	3,3
Importanza del segmento di mercato	3,0	5,0	4,0	3,0	2,0	4,0	5,0	3,0
Importanza del bisogno per il cliente	2,0	5,0	3,0	2,0	1,0	2,0	4,0	5,0
Possibilità di differenziarsi	2,0	4,0	3,0	3,0	1,0	2,0	4,0	3,0
Sviluppo di nuove competenze	2,0	4,0	5,0	2,0	3,0	1,0	4,0	4,0
Accesso ad un nuovo segmento di mercato	1,0	1,0	5,0	2,0	1,0	1,0	4,0	1,0
Impatto positivo sul brand o sulla gamma	2,0	3,0	3,0	2,0	2,0	3,0	3,0	4,0
Risposta a mossa dei concorrenti								
Probabilità di successo	2,9	3,4	4,0	4,3	1,9	2,9	2,0	3,0
Fattibilità tecnica	3,0	4,0	3,0	5,0	2,0	3,0	3,0	3,0
Rispetto dei tempi e costi desiderati	3,0	3,0	4,0	5,0	1,0	3,0	2,0	4,0
Disponibilità del canale di vendita	4,0	4,0	4,0	2,0	3,0	4,0	2,0	3,0
Propensione all'acquisto	2,0	3,0	5,0	4,0	2,0	2,0	1,0	2,0
Importanza economica	0,2	0,7	0,3	1,0	0,3	0,1	0,6	0,8
Fatturato stimato	600	1.800	700	2.500	800	350	1.500	2.000

