



- ## Servitization co-creation program

Come far convergere business e tecnologia per creare nuovi modelli di business innovativi

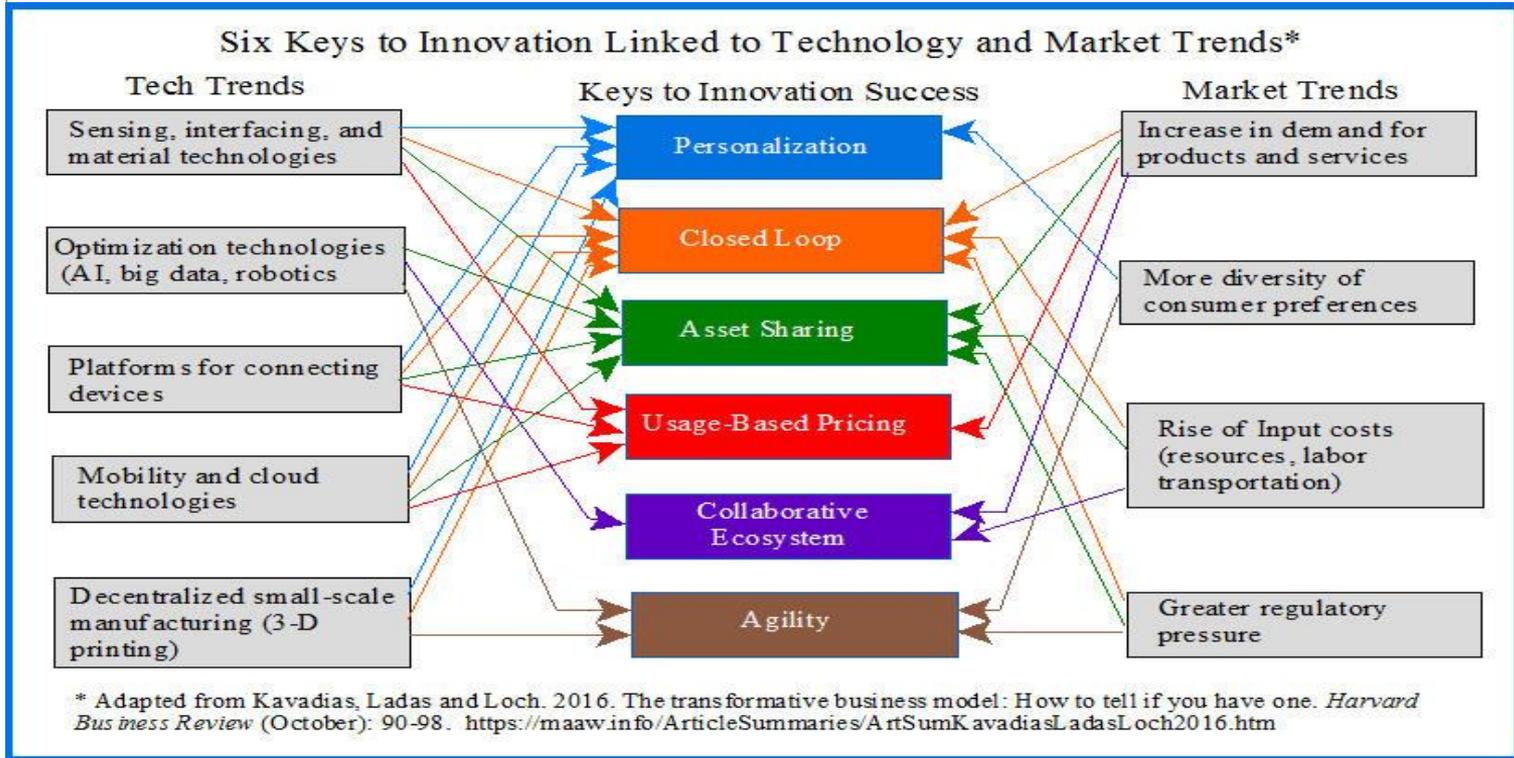
CRISTIANO DAOLIO

Cristiano Daolio



- *Auditor at EY*
- *25 years of experience as Strategic Consultant and C-Level Executive*
- *Education @ Harvard Business School and London Business School*
- *Strategy, Innovation & Business Transformation Global Expert*
- *Chief Transformation Officer @Altea Federation, Partner @ Shadoka, EXO subject matter expert @ Tantum Group*
- *Docente di Master in Strategia, Innovazione e Digital Transformation in varie Business Schools*

I modelli di business trasformativi



Servitization Co-Creation Program:

Format

- **Partecipanti**
 - Key People clienti, personale tech enables, personale di CSMT
- **Svolgimento**
 - Nr. 8 sessioni di lavoro della durata compresa tra 4 e 8 ore per ciascuno dei 4 passi di seguito descritti
 - Orientativamente cadenza settimanale
- **Output finale**
 - Nuovo modello di business orientato alla servitizzazione abilitata dalle tecnologie
- **Vantaggi**
 - Diversificare il posizionamento strategico attuale nel proprio mercato, passando da produttore di oggetti a venditore di servizi
- **Sviluppi futuri**
 - Proseguimento delle attività in eventuali progetti di innovazione specifici che potranno supportare la trasformazione dei rispettivi modelli di business

Servitization Co-Creation Program:

Passi

1. Introduzione alla Servitization

- 1 sessione da 4 ore

2. Mappatura BM & value proposition attuale

- 1 sessione da 4 ore

3. Servitization Concept Sprint

- 5 sessioni da 8 ore

4. New BM & value proposition futura

- 1 sessione da 4 ore

Tra sessioni: affidamento di attività individuali e/o di gruppo in preparazione ai successivi passi

1. Introduzione alla Servitization

1 sessione da 4 ore

- Awakening workshop:
 - Gli elementi chiave di un modello di business “servitization oriented”
 - Vantaggi, fattori chiave e challenges
 - Case study e best practice di successo
 - Le soluzioni tecnologiche a supporto della Servitization

OUTPUT: dispense e materiale prodotto in aula, creazione di awareness

● 2. Mappatura BM & value proposition attuale

1 sessione da 4 ore

- Applicazione tool specifici
 - Strategic Canvas
 - Business Model Canvas
 - V.R.I.O. Model ed altri tool di Design Thinking
- Mappatura
 - Fotografia del posizionamento strategico attuale e del del modello di business e organizzativo attuale
 - Individuazione di elementi attuali di criticità

OUTPUT: report di mappatura da condividere e approvare

3. Servitization Concept Sprint (1)

5 sessioni da 8 ore – possibilmente nella stessa settimana

- 1. Understand
 - Discovery Phase: eventuali problemi, rischi e le prime opportunità e proposizione di valore
 - La generazione delle opportunità secondo diverse prospettive
 - a) Opportunità derivanti dalle tecnologie
 - b) Opportunità derivanti dai bisogni del cliente
 - c) Opportunità derivanti da problematiche dell'azienda
 - d) Analisi di best practice e start-up disruptive
- 2. Conceptualise
 - Generazione delle prime idee ed iniziative di innovazione classificate in macro temi di sviluppo: ed es, ottimizzazioni ed efficientamento, sistemi di monitoraggio e alerting, base services, intermediate services, advanced services
- 3. Align
 - Determinazione delle priorità delle idee identificate al punto precedente
 - Selezione idee ad alta priorità
 - Dettaglio delle idee scelte: risultati attesi, valore da generare e fasi di implementazione
 - Evidenziazione delle necessità di investimento in termini di tecnologia, training field service e adattamenti organizzativi ed eventuali aspetti legali

L'approccio di Concept Sprint è un metodo originariamente sviluppato da Google Venture per risolvere problemi complessi e sviluppare nuove idee di business. È stato poi ripreso da McKinsey e altri come metodo efficace per sviluppare in un tempo limitato nuove idee, prioritarle, prototiparle e testarle prime di immetterle sul mercato

3. Servitization Concept Sprint (2)

5 sessioni da 8 ore – possibilmente nella stessa settimana

- 4. Build
 - Disegno di un prototipo testabile
 - Formulazione delle ipotesi chiave
 - Progettazione dei test da effettuare
 - Definizione della *road map* tecnica ed architetturale
- 5. Validate
 - Esecuzione dei test sul prototipo e raccolta risultati
 - Identificazione delle azioni di miglioramento a fronte dei feedback ricevuti
 - Preparazione di uno slide deck di sintesi per i vari portatori di interessi con un business case economico finanziario

OUTPUT: slide deck di sintesi, con allegati specifici derivati dai lavori di gruppo

4. New BM & value proposition futura

1 sessione da 4 ore

- Modello di business TO-BE
 - Sulla base di quanto emerso dalla fase del Concept Sprint si definisce la proposizione di valore ed il modello di business futuro
 - Definizione del valore e degli investimenti finali
 - Identificazione chiara dell'agenda di cambiamento per passare dal modello di business attuale a quello futuro

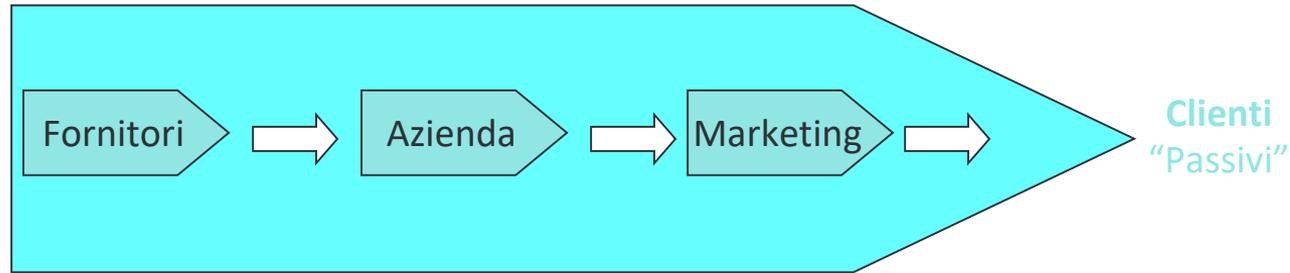
OUTPUT: report finale con nuovi value proposition, modello di business, agenda del cambiamento (capitale umano, tecnologico e organizzativo)

● I vantaggi del Co-Creation Program

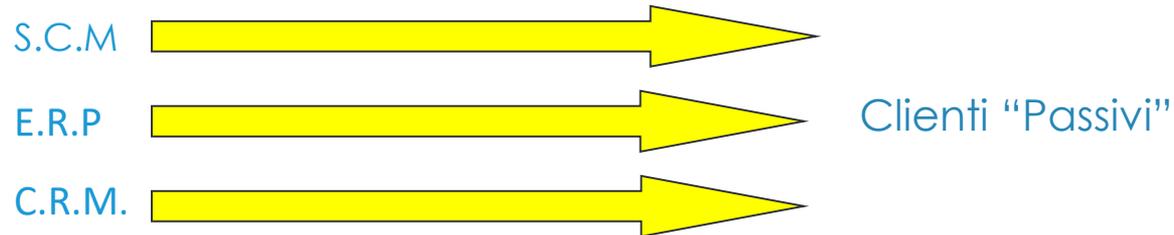
1. Presuppone il commitment delle leadership aziendale
2. Crea consapevolezza e senso d'urgenza
3. Coniuga visione interna e hyperawareness
4. Crea allineamento da parte dei principali stakeholders
5. E basato su metodologie agile (sessioni sprint) e lean start-up (le assunzioni chiave vengono testate preventivamente con il cliente)
6. Presuppone una definizione del valore creato in termini di benefici attesi e piano investimenti
7. Si concentra sugli enabler della trasformazione (mindset, nuove competenze, agile execution, risk management, ecc.)
8. Introduce ad un nuovo paradigma di business con un cliente informato, connesso e co-creativo che vuole interagire attivamente con l'azienda

Modelli di business: ieri...

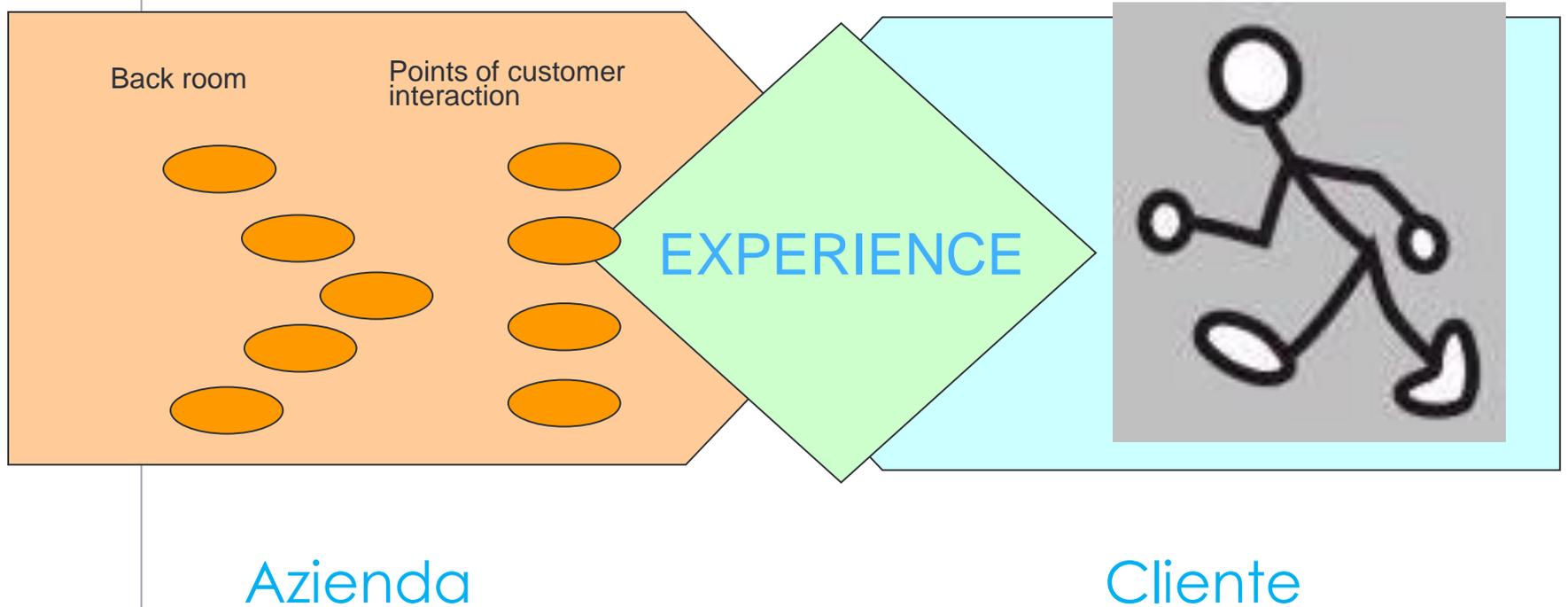
Nel passato i modelli di business si sono solitamente orientati al disegno, alla produzione e alla vendita di prodotti e servizi competitivi



... e molte funzioni e processi aziendali si sono concentrati sulla creazione di efficienza interna per l'azienda



- Il nuovo paradigma del business



- Case History

Servitization Co-Creation Program:

Caso 1

- **Azienda:** Gruppo multinazionale produttore di carrelli elevatori
- **Obiettivi di progetto:** programma triennale di digital transformation con l'obiettivo di agire su tutti gli elementi del modello di business
- **Fasi del progetto:**
 - 1) Awakening workshop
 - 2) Definizione di priorità e valore
 - 3) Progetto pilota
 - 4) Iniziative di cambiamento in logica di Sprint
- **Output:** nuovo modello di business: da prodotto (intelligente) a servizio
- **Durata intervento:** 24 mesi

Servitization Co-Creation Program:

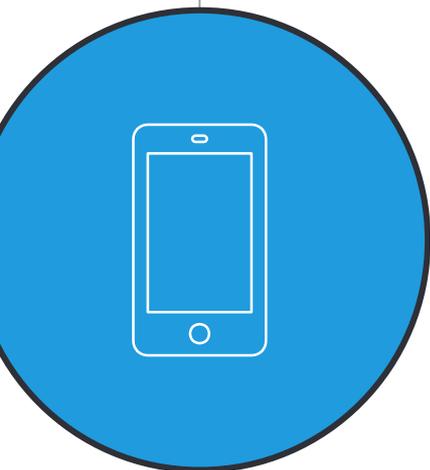
Caso 2

- **Azienda:** Gruppo multinazionale produttore di macchine utensili
- **Obiettivi di progetto:** ideazione di nuovi servizi sfruttando le potenzialità delle tecnologie esponenziali
- **Fasi**
 - 1) Analisi del modello di business e posizionamento attuale
 - 2) Discovery fase
 - 3) Generazione delle idee e loro prioritizzazione
 - 4) Business case, prototipazione e testing
 - 5) Fase di esecuzione
 - 6) Modello di Business e proposizione di valore to be
- **Output:** generazione di nuovi servizi e fonti di ricavo (manutenzione preventiva, contratti «pay per use»)
- **Durata intervento:** 12 mesi (inclusa la fase di Execution)

Servitization Co-Creation Program:

Caso 3

- **Azienda:** Produttore di termoplastici tecnici per uso ingegneristico
- **Obiettivi di progetto:** ideazione di nuovi servizi attraverso l'analisi del trend futuri della industry di riferimento
- **Fasi**
 - 1) Trend Driven Innovation Workshops per generazione delle opportunità
 - 2) Prototyping, Testing & Execution
- **Output:** generazione di nuovi servizi per la clientela
- **Durata intervento:** 2 mesi



CONTATTI

Cristiano Daolio

C/O CSMT Polo Tecnologico

Via Branze 45, Brescia

daoliocristiano@gmail.com

+39 366 2213912

www.cdaolio.com