

Creative industries

Digitalizzazione & Business Strategy: il ruolo del Manager



Creative industries

Digitalizzazione & Business Strategy: il ruolo del Manager

Il progetto promosso da Fondirigenti e realizzato da Unindustria Servizi & Formazione Treviso Pordenone, aveva l'obiettivo di trasferire conoscenza sulle diverse tecnologie abilitanti ai manager di aziende campione poggiando su tre principali sessioni di apprendimento: incontri di knowledge, attività laboratoriali finalizzate allo sharing, Coaching per la mappatura digitale finalizzati ad avviare azioni di transformation. Sono stati coinvolti professionisti provenienti dal laboratorio di ricerca dell'Università di Padova e dal Digital Innovation Hub del Friuli Venezia Giulia, esperti di progettazione 3D e Docenti Universitari che operano nell'ambito dell'Innovazione.

I workshop

I 15 workshop realizzati hanno avuto come tema conduttore quello di allenare le persone ad un pensiero critico in grado di mappare le opportunità e riconoscere il proprio posizionamento rispetto alla capacità di agire sul business model.

Output:

- ✓ Ricerca di soluzioni predittive in grado di anticipare tendenze ed errori in fase di progettazione e prototipazione 3D.
- ✓ Integrazione delle informazioni lungo la catena del valore e interconnessione dei dati con soluzioni software.
- ✓ Valorizzazione dei big data per prevenire e predire il bisogno di manutenzione delle macchine presenti in produzione.
- ✓ Utilizzo strategico dei dati per la trasformazione digitale e la definizione di nuove politiche in ambito HR.

Digitalizzazione & Business Strategy : il ruolo del Manager

Le attività hanno dimostrato che le tecnologie dell'Impresa 4.0 accorciano le distanze tra le anime aziendali, offrendo ai manager l'occasione di riflettere e di intervenire su un cambiamento che all'interno delle organizzazioni è ancora da scrivere. Il manager deve imparare a collegare le opportunità offerte dalla tecnologia con lo sviluppo del business model, attraverso la creazione di Opportunity Road Maps, imparando molti linguaggi.

Questo permetterà di riconoscere le infrastrutture tecnologiche per i prodotti/servizi del futuro, di creare catene di valore e partnership con i fornitori, di interagire direttamente con clienti/consumatori personalizzando le fasi di progettazione e produzione, di strutturare la creatività incrociando competenza e immaginazione, di rileggere la propria leadership al fine di favorire modelli di gestione basati sul team e di costruire esperienze lavorative ispirate all'equilibrio tra persone e tecnologie grazie a strumenti di Performance Management e di Talent Development.

Il processo di contaminazione tra imprese e manager, realizzato nell'ambito del progetto, ha favorito la condivisione di esperienze con modelli aziendali che incarnano con successo la quarta rivoluzione industriale (sharing).

Grazie all'attività di Storytelling, le imprese hanno parlato della rivoluzione culturale che sta alla base della trasformazione digitale, di anni di investimenti nel cambiamento organizzativo, di adeguamenti delle competenze interne a nuove esigenze di mercato, di rivisitazione del concetto di manager che deve essere capace di arricchire l'approccio pratico tipico del "fare" con la "visione" e di coniugare l'aumento di profitto economico con un'idea di sostenibilità e di valore condiviso.