

<b>BUSINESS MODELS NEL NEW NORMAL</b>	
<b>DESTINATARI</b>	Manager di settori o reparti.
<b>OBIETTIVI</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Identificare il percepito dal management e delle figure coinvolte nella formazione.</li> <li>▪ Ottenere un primo indice della maturità dell'organizzazione in funzione degli argomenti da trattare nella formazione.</li> <li>▪ Delineare punti di forza e di miglioramento.</li> <li>▪ Sintetizzare le aspettative della formazione.</li> </ul>
<b>DURATA E ORGANIZZAZIONE</b>	<p>16 ore.</p> <p>L'impegno richiesto al singolo è di 16 ore (2 giornate).</p> <p>Gli orari sono 09:00-18.00.</p> <p>Le attività sono:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ In plenaria in cui tutto il gruppo lavora insieme.</li> <li>▪ In sottogruppo per favorire il confronto.</li> <li>▪ Momenti individuali di riflessione.</li> </ul> <p>Il gruppo viene supportato da un facilitatore.</p> <p style="padding-left: 40px;">Il corso può essere effettuato in presenza o in modalità «online».</p> <p style="padding-left: 40px;">In modalità «online» le sessioni saranno organizzate in 4 moduli da 4 ore.</p>
<b>PROGRAMMA</b>	<p>1<sup>a</sup> Giornata:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Apertura coinvolgimento.</li> <li>▪ Panoramica delle caratteristiche tipiche del Business Modelling.</li> <li>▪ Business Model Canvas.</li> <li>▪ Analisi dello scenario (VUCA-BANI*) (* )Brittle (fragile) Anxious Non linear</li> </ul>

Incomprehensible.

- Effetti sul Business Modelling.
- Esercizio Pratico sul proprio Canvas.

2<sup>a</sup> Giornata:

- Progettare includendo il cambiamento.
- Systematic Inventive Thinking.
- Customer Discovery and Development.

Analisi del proprio Canvas.