

IHC – INNOVATION HEALTH CHECK

Vuoi sapere quanto la tua è orientata all'innovazione ? Vuoi costruire un piano d'azione per gestire al meglio l'innovazione ?

Compila il seguente questionario e premi il tasto invio, la rete EEN ti fornirà un report dettagliato sull'innovazione nella tua azienda e un piano di azione con degli spunti di miglioramento.

Il questionario è diviso in 6 parti e consente di migliorare la gestione dell'innovazione attraverso un'analisi di tutte le funzioni aziendali:



Compila il questionario esprimendo una valutazione (da 1 a 6) per ogni situazione descritta con riferimento alle diverse funzioni aziendali.

1. INNOVATION CULTURE

1. La cultura aziendale



La cultura dell'innovazione: è un aspetto importantissimo perché senza una giusta cultura è difficile sostenere un approccio innovativo che porti alla crescita.

Rispondi alle domande, esprimendo una valutazione da 1 (valore minimo) a 6 (valore massimo)

1.01 Ecosistema innovativo e motivazione:

Le nuove idee vengono incoraggiate, supportate e finanziate ?

La condivisione di nuove idee viene incentivata? Lo staff può proporre nuove idee senza essere frenato dalla paura di fallire? Vengono incoraggiate le innovazioni?

1	2	3	4	5	6
---	---	---	---	---	---

1.02 Ambizione alla crescita:

L'azienda ha ambizioni di crescita nel suo mercato di riferimento o in nuovi mercati?

Il vostro business è in crescita oppure sta morendo? Cercate solo di sopravvivere o avete un piano con obiettivi ambiziosi di crescita? I vostri orizzonti vanno oltre i vostri attuali settori di mercato?

1	2	3	4	5	6
---	---	---	---	---	---

1.03 Leadership:

L'azienda ha individuato all'interno della propria organizzazione dei Leader?

I leader non coincidono necessariamente con la dirigenza. I leader dell'azienda conoscono la vision e vengono coinvolti nella definizione dei piani e degli obiettivi aziendali?

1	2	3	4	5	6
---	---	---	---	---	---

1.04 Stile del Management:

L'azienda condivide la visione e la pianificazione con il management e lo staff

Lo stile del management aziendale incoraggia il confronto, la condivisione delle conoscenze e il lavoro di squadra? C'è un approccio inclusivo di pianificazione e di presa delle decisioni. Vi è una piena interazione tra staff e management. Il management delega e incoraggia la partecipazione.

1	2	3	4	5	6
---	---	---	---	---	---

1.05 Apertura e attitudine al cambiamento:

L'azienda è aperta al cambiamento ?

Le aziende che hanno successo hanno la capacità di reinventarsi continuamente per rispondere meglio alle opportunità e/o alle minacce del mercato, migliorando continuamente le loro performance. Il cambiamento necessita di essere gestito e le questioni sono discusse pienamente e apertamente. Le soluzioni vengono trovate con il massimo coinvolgimento. L'apertura e il confronto portano alla fiducia, che a sua volta determina una maggiore flessibilità dello staff.

1	2	3	4	5	6
---	---	---	---	---	---

1.06 Imparare dai successi e dagli errori:

L'azienda ha predisposto una metodologia per imparare dai successi e dagli insuccessi?

Imparare dai progetti passati e dai loro problemi aiuterà a risolvere problemi simili in futuro. Esiste un processo di revisione formale per tutti i progetti? Il processo di revisione è parte del processo di innovazione? I risultati dell'esperienza sono incorporati nelle procedure di innovation management? Un data base dei problemi e delle soluzioni individuate viene mantenuto? Come viene disseminata e condivisa per il massimo impatto la conoscenza/esperienza?

1	2	3	4	5	6
---	---	---	---	---	---

1.07 Avversione al rischio:

L'azienda affronta e gestisce rischi?

Come viene visto il rischio dall'azienda? A bassi rischi corrispondono bassi guadagni. Ad alti rischi corrispondono alti profitti, ma possibilità di fallimento. C'è un approccio bilanciato all'innovazione con un mix di cambiamento incrementale e progetti di più ampio potenziale? Il fallimento è visto come un'esperienza da cui imparare e viene gestito?

1	2	3	4	5	6
---	---	---	---	---	---

1.08 Premi e riconoscimenti:

Esiste un sistema formalizzato di incentivazione del personale ?

Le persone si aspettano un certo livello di apprezzamento e di riconoscimento. Senza di questo, lo staff diventerà meno motivato nel tempo. Esiste un sistema di premi/incentivi ?

1	2	3	4	5	6
---	---	---	---	---	---

2. UNDERSTANDING THE BUSINESS



2.01 Comprensione del cliente (raccolta suggerimenti per migliorare il servizio/ prodotto)

L'azienda conosce i feedback, i suggerimenti dei propri clienti?

Ascoltate la voce del cliente ? Vengono utilizzati strumenti informali quali analisi dei feedback e dei reclami dei clienti ? Utilizzate meccanismi formali (ad es. ricerche di mercato, sondaggi sui clienti e focus group), per identificare aspettative presenti e future? Utilizzate tali dati per migliorare i servizi esistenti e delineare nuovi servizi?

1	2	3	4	5	6
---	---	---	---	---	---

2.02 Informazioni sul cliente:

Chi è il cliente/utilizzatore finale del prodotto o servizio?

A quale bisogno/problema il prodotto o servizio offre una soluzione ?

Conoscete i vostri clienti ? Sapete cosa si aspettano dai vostri prodotti/servizi ? Vengono *raccolti* sistematicamente dati sulla clientela, sulle abitudini di acquisto e sulle vendite? Se si, questi dati vengono analizzati ?

1	2	3	4	5	6
---	---	---	---	---	---

2.03 Recepimento efficace delle opinioni del cliente

Recepite i suggerimenti del cliente/utilizzatore finale del prodotto o servizio?

Come fate a sapere quanto sono soddisfatti i vostri clienti? Effettuate sondaggi, utilizzate focus group o interviste formali con il cliente? Utilizzate questi dati nel vostro business ? E' semplice per un cliente comunicare con la vostra azienda? Come vengono raccolti e utilizzati i reclami ?

1	2	3	4	5	6
---	---	---	---	---	---

2.04 Tenersi aggiornati su nuove tecnologie e sviluppi nel mercato

Tenete in considerazione l'evoluzione tecnologica nel vostro mercato?

Quanto siete consapevole dei cambiamenti delle tecnologie nel vostro settore? "State all'erta" sull'arrivo di tecnologie e nuovi trend potenzialmente di rottura? Nuove tecnologie sono ricercate e valutate proattivamente.

1	2	3	4	5	6
---	---	---	---	---	---

2.05 Segmentazione del mercato (della clientela)

L'azienda ha segmentato la propria clientela?

Come identifica la vostra azienda i diversi segmenti di mercato? Differenziate i prodotti/servizi in base a fattori geografici, culturali o di settore? La segmentazione di mercato è utilizzata come uno strumento per orientare le esigenze in specifici settori o clienti determinati.

1	2	3	4	5	6
---	---	---	---	---	---

2.06 Come viene costruita la strategia di mercato dell'azienda, per prodotti e servizi?

L'azienda possiede una strategia di marketing che differenzi i propri prodotti dai concorrenti?

Le aziende di successo hanno una strategia di mercato definita e delineano il loro posizionamento e l'offerta al consumatore (on line e off line). Come comunicate con i vostri clienti e costruite la reputazione del brand? Come vi differenziate dai concorrenti ? Le aziende che non differenziano se stesse rispetto alla concorrenza solitamente competono sui prezzi e i profitti ne risentono.

1	2	3	4	5	6
---	---	---	---	---	---

2.07 Clienti potenziali:

L'azienda ha identificato il target dei clienti più remunerativo?

Valutate i nuovi clienti sulla base dei dati raccolti, come quello relativo alla loro redditività e alle conseguenti prospettive di vendita su quei clienti ? L'azienda ha identificato il target dei clienti più attrattivo e utilizza un processo di marketing e di vendite per svilupparsi?

1	2	3	4	5	6
---	---	---	---	---	---

2.08 Informazioni sulla concorrenza:

L'azienda raccoglie e analizza le info sui concorrenti, fornitori e distributori?

Raccogliete informazioni sui concorrenti ? Quanto bene conoscete i vostri principali concorrenti? Da dove ricavate informazioni sulle loro prospettive finanziarie, vendite, politica dei prezzi, funzioni e prestazione dei prodotti, nonché sul loro portafoglio clienti?

1	2	3	4	5	6
---	---	---	---	---	---

2.09 Analisi del vantaggio competitivo:

L'azienda ha compreso in che fase si trova rispetto al suo ciclo di vita?

Come identificate il vostro vantaggio competitivo? Utilizzate i dati raccolti su clienti e concorrenti per costruire un piano strategico ed identificare il vostro vantaggio competitivo? Queste analisi sono condotte dalla azienda su base costante?

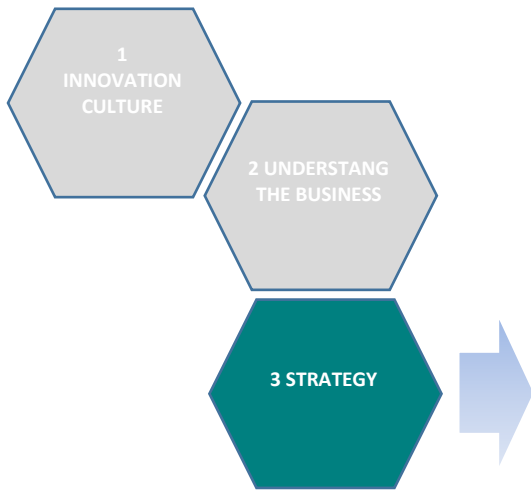
1	2	3	4	5	6
---	---	---	---	---	---

2.10 Innovazione dei servizi:

L'azienda è capace di adattare /personalizzare il proprio prodotto o servizio?

Quanto spesso monitorate nuovi servizi e percorsi innovativi da offrire al cliente? Il servizio offerto può coprire logistica, finanziamento del prodotto, imballaggio, personalizzazione del servizio, manutenzione, ecc. Il ritorno economico è massimizzato con un'offerta di servizi che va incontro alle esigenze del cliente?

1	2	3	4	5	6
---	---	---	---	---	---



3. STRATEGY

3. STRATEGIA

E' importante che l'azienda abbia una visione chiara di come si svilupperà e di dove concentrare le proprie risorse per massimizzare il ritorno economico. Occorre: definire **obiettivi e traguardi** per conseguire le fonti di vantaggio competitivo identificate;

- a. elaborare una **pianificazione strategica**, guardando a una vasta gamma di idee di prodotto e di mercato per definire un modello di business;
- b. collegare la **strategia di innovazione con la strategia aziendale**.

3.01 Obiettivi e traguardi aziendali

Gli obiettivi e i traguardi da raggiungere sono stati definiti?

L'azienda ha una strategia definita, collaudata, condivisa e verificata? La strategia è stata tradotta in obiettivi chiari e in azioni per raggiungerli comprensibili da tutti? Sono stati previsti i KPI (Key Performance Indicators) per guidare la strategia verso il raggiungimento degli obiettivi?

1	2	3	4	5	6
---	---	---	---	---	---

3.02 Focus sul mercato futuro (individuare la direzione e i trend)

L'azienda raccoglie e analizza le info e dati per individuare direzioni future e trend di mercato?

Guardate all'orizzonte dei vostri mercati (ossia alle tendenze future/emergenti) ? Di tanto in tanto i mercati subiscono cambiamenti dirompenti a causa di evoluzione della tecnologia o del modello di business. Tali cambiamenti sono difficili da prevedere, se non vengono valutati regolarmente.

1	2	3	4	5	6
---	---	---	---	---	---

3.03 Modello di business definito

Esiste un modello di business ?

Il Business Model dà luogo a una proposta di valore? Le aziende possono distinguere il loro modello di business in relazione al prodotto, alla tecnologia, alla finanza, ai servizi, alla logistica, ecc. Esiste un modello di business chiaramente definito e regolarmente verificato ?

1	2	3	4	5	6
---	---	---	---	---	---

3.04 Pianificazione strategica

Esiste una pianificazione strategica condivisa e con quale frequenza viene rivista e verificata ?

Potreste definire la vostra pianificazione come sistematica e strategica? Cosa rende la vostra pianificazione sistematica e strategica? Essa viene regolarmente verificata, discussa e compresa ?

1	2	3	4	5	6
---	---	---	---	---	---

a. Innovazione Strategica nel Business Plan

La strategia aziendale è collegata con la strategia dell'innovazione?

Dal punto di vista strategico, quali strutture, processi e risorse sono dedicate allo sviluppo di nuovi prodotti, servizi, opportunità e idee? Il piano di business tiene dell'innovazione con obiettivi distinti per R&S, sviluppo di modelli di business, identificazione e selezione di opportunità.

1	2	3	4	5	6
---	---	---	---	---	---

b. Uso di strumenti strategici in Innovazione

L'azienda utilizza strumenti strategici di innovazione (SWOT/ROADMAP dell'innovazione)?

L'uso di strumenti strategici per l'innovazione aiuta le aziende a capire dove sono posizionate sul mercato. Questo, a sua volta, le aiuta a identificare la propria direzione strategica.

1	2	3	4	5	6
---	---	---	---	---	---

3.07 Impegno sulla generazione delle nuove idee

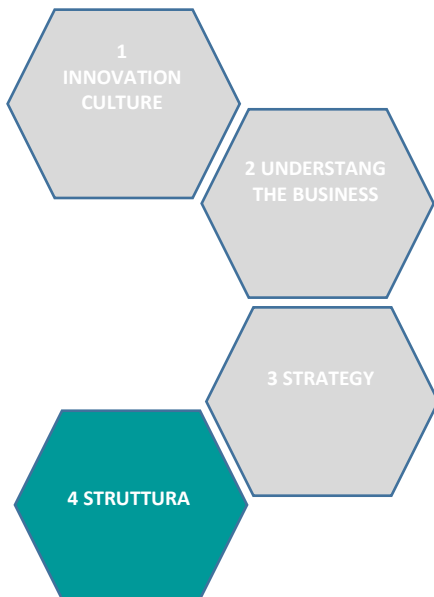
Quanto è riuscita la vostra strategia di innovazione in termini di generazione di nuove idee? L'azienda ha la capacità di cogliere sul nascere le nuove idee implementarle e/o e conservarle al fine di attuarle in un momento successivo e/o utilizzarle ad esempio per cambiamenti di strategia?

1	2	3	4	5	6
---	---	---	---	---	---

3.08 Risultati di progetto vs vantaggi a cui si mira

Come viene gestita la definizione degli obiettivi? Gli obiettivi del progetto vengono normalmente disattesi, raggiunti o superati ? Portano ai risultati attesi ?

1	2	3	4	5	6
---	---	---	---	---	---



4. STRUTTURA

4. STRUCTURE

La *struttura* è la **quarta parte del questionario**. E 'importante che l'azienda sia strutturata in modo adeguato per raggiungere i propri obiettivi strategici. I grandi temi sono:

- a. **Organizzazione delle risorse** che comprende lavoro di squadra, comunicazione efficace e condivisione della conoscenza;
- b. **legittimazione/responsabilizzazione del personale** e gestione adeguata delle risorse umane;
- c. **processi** adeguati a gestire al meglio diverse aree di business, quali vendite, marketing, operazioni e R&S, etc.

4.01 Team interfunzionali:

L'azienda ha una struttura adeguata a raggiungere i suoi obiettivi strategici?

Come sono organizzate le risorse umane ? Si fa uso di team interfunzionali ?

I team interfunzionali possono contribuire a migliorare il time to market dei nuovi prodotti. Nelle piccole imprese questo può essere fatto in modo informale. All'interno della aziende un sistema di innovazione ben funzionante e dotato di risorse dovrebbe utilizzare tutte le competenze chiave necessarie per sviluppare nuovi prodotti o servizi.

1	2	3	4	5	6
---	---	---	---	---	---

4.02 Titolarità/legittimazione

E' attuata la delega per progetti con sistemi di controllo sull'andamento delle attività?

La prassi di delega della titolarità/responsabilità e gestione del progetto può migliorare notevolmente l'impegno dei dipendenti nella generazione e nello sviluppo dell'idea. La devoluzione ai dipendenti del controllo sui progetti intrapresi può migliorarne quantità e qualità.

1	2	3	4	5	6
---	---	---	---	---	---

4.03 Organizzazione delle Risorse

La definizione di ruoli e responsabilità è chiara?

Le buone aziende hanno una struttura organizzativa ben definita con ruoli del personale determinati, insieme a buoni sistemi e processi. Ciò consente una buona pianificazione e l'uso ottimale delle risorse che possono aiutare il successo del business. Questa struttura viene regolarmente riesaminata e riallineata rapidamente ai mutevoli obiettivi di business.

1	2	3	4	5	6
---	---	---	---	---	---

4.04 Struttura R&S:

Esiste un team di R&D strutturato con obiettivi, risorse e budget ?

Esiste un team dedicato a ricerca e sviluppo con obiettivi, risorse e budget definiti ? Un reparto R&S strutturato con processi adeguati ha dimostrato di essere in grado di incrementare la probabilità di selezionare i progetti migliori e di completare i progetti in tempo, nei limiti del budget e con migliori risultati aziendali.

1	2	3	4	5	6
---	---	---	---	---	---

4.05 Acquisizione e condivisione della conoscenza:

E' stato adottato un sistema formalizzato di comunicazione interna?

L'utilizzo di pratiche di acquisizione, conservazione e condivisione della conoscenza permetterà di migliorare notevolmente la pianificazione aziendale. Sono in atto sistemi per conservare la conoscenza aziendale esistente, come competenze, know how, proprietà intellettuale e informazioni commerciali?

1	2	3	4	5	6
---	---	---	---	---	---

4.06 Comunicazione efficace e utilizzo degli strumenti:

Per migliorare i risultati del progetto, è essenziale che le informazioni principali del progetto siano comunicate a tutto il personale interessato, in modo che il loro aspetto rilevante sul piano del progetto possa essere ottimizzato. Esiste una struttura di comunicazione formalizzata ?

1	2	3	4	5	6
---	---	---	---	---	---

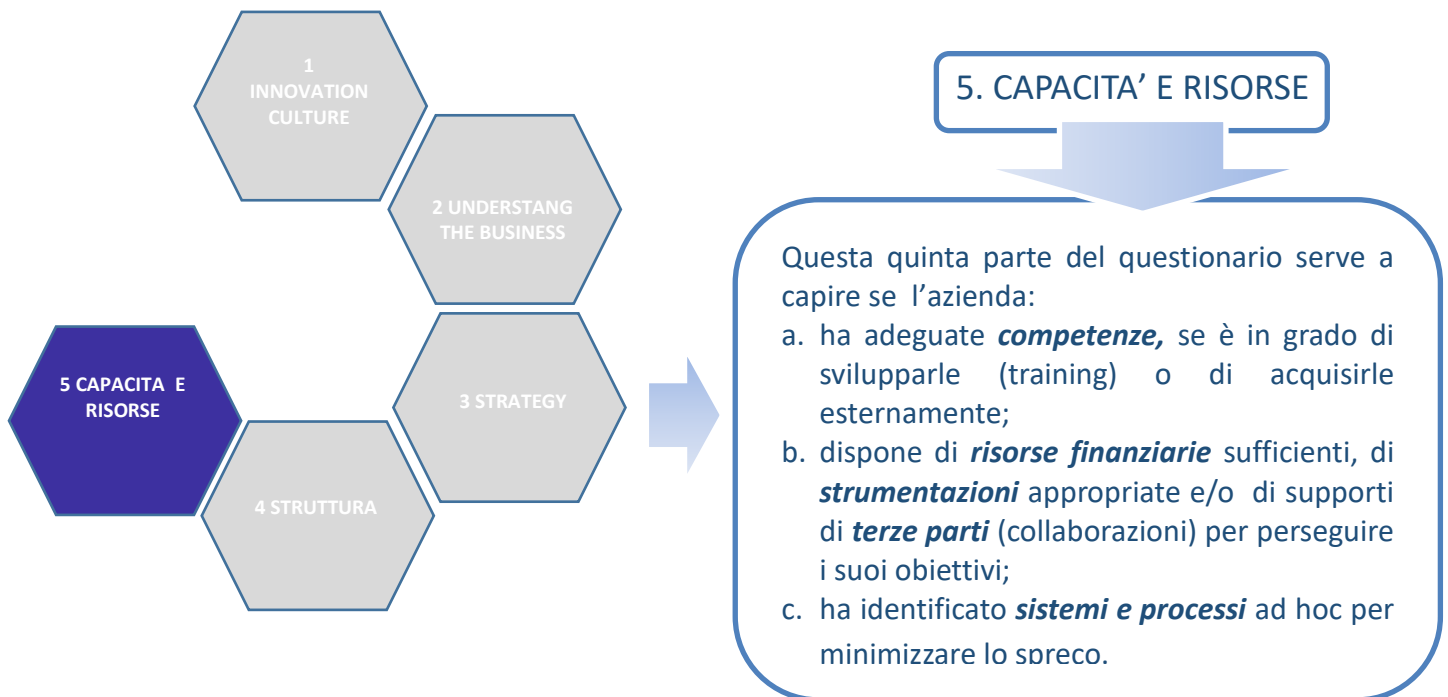
4.07 Proprietà intellettuale (IP)/Gestione

Sono state prese misure per conservare e condividere competenze, know how, proprietà intellettuale e info commerciali ?

E' in atto una politica volta ad individuare, cogliere e proteggere la proprietà intellettuale della azienda (in tutte le sue forme: know how, brevetti, marchi, diritti d'autore e di marca)?

1	2	3	4	5	6
---	---	---	---	---	---

5. CAPABILITY AND RESOURCES



5.01 Competenze dello staff del settore innovazione:

L'azienda ha competenze adeguate a raggiungere i suoi obiettivi ?

Sono definite le competenze in tema di innovazione o previsti dei training ?

Idee e pratiche di innovazione dell'azienda possono essere apprese, alimentate, e dovrebbero essere regolarmente aggiornate. Ciascuno è in grado di contribuire all'innovazione. Le competenze in termini di innovazione possono essere acquisite e praticate all'interno dell'azienda.

1	2	3	4	5	6
---	---	---	---	---	---

5.02 Gestione dei gap di capacità:

L'azienda ha una chiara consapevolezza delle proprie capacità (competenze) e di eventuali lacune?

L'azienda dovrebbe analizzare costantemente i propri sistemi e obiettivi per identificare carenze correnti o future. L'azienda ha una chiara visione di ciò che vuole essere e delle lacune in termini di capacità ed è in grado di affrontarle.

1	2	3	4	5	6
---	---	---	---	---	---

5.03 Disciplina/Regolamentazione:

I progetti innovativi dell'azienda sono governati e allineati con gli obiettivi dell'azienda?

L'azienda ha un approccio regolamentato all'innovazione ? I progetti innovativi sono allineati agli obiettivi aziendali e bilanciati rispetto alle altre attività aziendali ? I progetti innovativi sono gestiti (management) e sono allineati con la governance aziendale ? I tempi e i costi sono rispettati ?

1	2	3	4	5	6
---	---	---	---	---	---

5.04 "Fire fighting":

E' stato adottato un sistema strutturato per la gestione dei problemi e degli imprevisti ?

In quale misura incide sulle risorse aziendali la prevenzione e la gestione degli imprevisti (reclami dei clienti, prodotti difettosi etc)? Un elevato livello di imprevisti nella vita dell'azienda è indicativo di problemi strutturali (di sistema) che necessitano di essere affrontati. Una buona prassi di innovazione dovrebbe analizzare questi problemi, individuare le soluzioni e progetti di miglioramento per trasformare il problema in un vantaggio per l'impresa.

1	2	3	4	5	6
---	---	---	---	---	---

5.05 Budget dell'innovazione:

Esistono risorse finanziarie dedicate allo sviluppo di progetti innovativi?

L'azienda ha un budget dedicato (ad hoc) all'innovazione (che include tutti i miglioramenti al processo di business e/o processi di sviluppo di un nuovo prodotto/servizio) ? Questo budget può consentire una valutazione di tutte le nuove idee, una selezione in base alle priorità e il finanziamento delle idee migliori in coerenza con il piano strategico e con il ritorno economico per l'azienda.

1	2	3	4	5	6
---	---	---	---	---	---

5.06 Responsabilità delegata per piccoli progetti:

Lo staff ha un certo grado di autonomia (delega) nel realizzare piccoli progetti?

L'azienda ha un'organizzazione flessibile dove le responsabilità per l'attuazione di piccoli progetti sono delegate allo staff quando opportuno conferendo un certo grado di autonomia che consente di velocizzare i tempi.

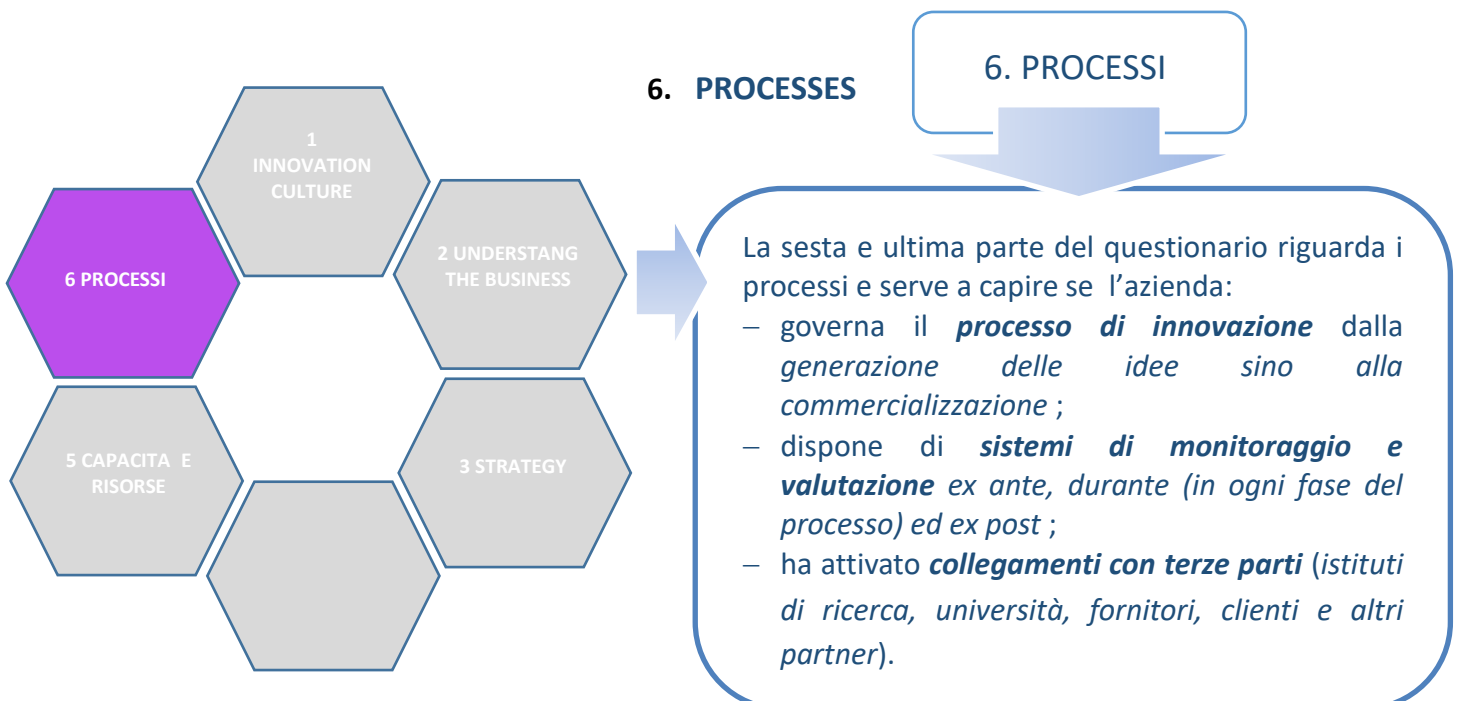
1	2	3	4	5	6
---	---	---	---	---	---

5.07 Rispetto dei tempi e dei costi nella gestione dei progetti:

L'azienda ha definito un sistema di monitoraggio dei progetti che consenta il rispetto di tempi e costi?

Sussiste un dettagliato processo di pianificazione che include revisioni periodiche, tappe definite, momenti di verifica (stop&go) sul rispetto dei tempi e della previsione di spesa. Ciò consente di completare in tempo i progetti ed entro il budget preventivato.

1	2	3	4	5	6
---	---	---	---	---	---



6.01 Generazione di nuove idee

Esiste un processo strutturato per sviluppare e gestire le nuove idee?

Lo sviluppo di nuove idee è incoraggiata in ogni area dell'azienda: dalla fase iniziale alla commercializzazione del prodotto?

Le nuove idee sono incoraggiate da parte di tutti i dipendenti e in tutte le aree aziendali (es. miglioramento processi/prodotti, nuovi prodotti, miglioramento servizi e nuovi servizi). Vengono utilizzate fonti esterne? La necessità di evolvere, di essere maggiormente competitivi e di migliorare i prodotti ed i servizi è adeguatamente compresa? Le idee generate sono acquisite a mantenute per usi futuri?

1	2	3	4	5	6
---	---	---	---	---	---

6.02 Valutazione dei progetti e processo di selezione:

Sono utilizzati criteri di selezione per individuare i progetti da portare avanti?

Esiste un sistema di selezione strutturato per esaminare i progetti di innovazione (prodotti, processi o servizi)? C'è un buon bilanciamento tra progetti relativi a processi, prodotti o servizi? Quale filtro di valutazione viene usato? Criteri multipli di selezione sono l'ideale, inclusi, ad esempio, allineamento a strategia/obiettivi, fattori tecnologici, commerciali o di marketing.

1	2	3	4	5	6
---	---	---	---	---	---

6.03 Attuazione e commercializzazione:

Durante lo sviluppo del progetto è prevista una interazione con le diverse aree aziendali esistono team di lavoro multifunzionali (produzione, R&D, marketing, vendite ...)?

I progetti sono portati avanti a compartimenti stagni (sulla base della funzione aziendale) o è prevista e strutturata l'interazione con tutte le aree aziendali durante lo sviluppo del progetto ? (ad es. garantire lo sviluppo simultaneo e l'adozione del piano di marketing, la formazione del team di vendita e l'ottimizzazione del ritorno economico (team multifunzionali).

1	2	3	4	5	6
---	---	---	---	---	---

6.04 Misurazione del successo dell'innovazione:

Sono utilizzati strumenti di analisi e misurazione del successo di un progetto innovativo e sono fatte verifiche per miglioramento continuo ?

Conoscete il tasso di successo del vostro impegno nell'innovazione? Quali metodi vengono usati per rilevare i risultati dell'innovazione (ad es. numero di idee generate, miglioramenti della produttività, crescita delle vendite, aumento della quota di mercato, ingresso in nuovi mercati). Il vostro impegno nell'innovazione aumenta il vantaggio competitivo?

1	2	3	4	5	6
---	---	---	---	---	---

6.05 Performance del tempo di arrivo sul mercato:

Sono previsti metodi per ridurre il *time to market* di un nuovo progetto?

Quanto velocemente riuscite a sviluppare prodotti, processi e servizi e farli arrivare al cliente. Lavorate in modo strutturato per ridurre il tempo di arrivo sul mercato del prodotto o servizio. Il monitoraggio del progresso di tutte le fasi permette di impostare le necessarie azioni correttive.

1	2	3	4	5	6
---	---	---	---	---	---

6.06 Miglioramento continuo:

Sono utilizzati strumenti di verifica *per il miglioramento continuo* ?

Cercate di migliorare continuamente i vostri prodotti/processi/servizi? Le aziende che usano processi di miglioramento continuo sono di solito maggiormente competitive e profittevoli rispetto alle altre.

1	2	3	4	5	6
---	---	---	---	---	---

6.07 Bilanciamento nel portafoglio di progetti e risorse:

Le risorse per far fronte ai bisogni aziendali sull'innovazione sono sufficienti ?

Potrebbe succedere che, se le risorse sono scarse, progetti potenzialmente vincenti possano essere rinviati nel tempo ? Siete in grado di trovare risorse umane e finanziarie per portare avanti tutti i progetti innovativi di significativo potenziale ?

1	2	3	4	5	6
---	---	---	---	---	---

6.08 Collegamenti R&S e al supporto di terze parti:

L'azienda cerca la collaborazione esterna e il coinvolgimento di terzi (ad es. clienti, fornitori, centri ricerca) nell'ambito di progetti di innovazione ?

Il maggiore coinvolgimento dei clienti può generare prodotti migliori, mentre un maggior coinvolgimento dei fornitori o di altri attori può accelerare il processo. Il coinvolgimento di aziende di ricerca e di team universitari di ricerca può dare accesso a nuove tecnologie con cui accelerare i processi di R&S. Il coinvolgimento di questi interlocutori può variare da progetto a progetto.

1	2	3	4	5	6
---	---	---	---	---	---

6.09 Utilizzo degli strumenti aziendali sull'innovazione:

Le aziende di successo usano una gamma bilanciata di strumenti aziendali (strumenti di pianificazione finanziaria e commerciale) Ad es. gli strumenti di marketing (matrice di Ansoff, gestione del portafoglio, ciclo di vita del prodotto, ecc.), strumenti finanziari ecc.

1	2	3	4	5	6
---	---	---	---	---	---

6.10 Sistema di gestione delle idee:

Valutate, selezionate e stabilite le priorità delle idee innovative in modo strutturato ?

Le aziende innovative spesso utilizzano un sistema di gestione delle idee per monitorare e gestire le idee in modo strutturato. Esiste un processo ripetibile di generazione, di valutazione rigorosa e di selezione delle idee? Siete sicuri che le migliori idee siano selezionate per lo sviluppo futuro? Le cattive idee sono eliminate velocemente?

1	2	3	4	5	6
---	---	---	---	---	---

6.11 Efficace gestione del progetto:

Esiste un sistema strutturato di *monitoraggio* sullo stato di avanzamento del progetto ?

Esiste un processo strutturato, fase per fase, per la gestione efficace del progetto innovativo? Vi è un coinvolgimento di tutte le parti interessate (ad es. fornitori, clienti, ecc.) con la piena collaborazione tra tutti i dipartimenti competenti ? Viene attuato un monitoraggio *periodico* dello stato del progetto (via libera/stop/stallo/ridefinizione) ? e una *valutazione ex post* dei progetti conclusi per garantire che gli insegnamenti siano stati appresi e registrati per progetti futuri?

1	2	3	4	5	6
---	---	---	---	---	---

6.12 Revisione post progetto:

Esiste un sistema strutturato di *valutazione ex post* dei progetti conclusi ?

Avete un processo di analisi post-progetto? Quanto è efficace? Viene fatto tesoro delle conoscenze acquisite? Come vengono disseminate e condivise per massimizzare l'impatto? La gestione dei processi e dei futuri progetti viene influenzata dai risultati dei progetti precedenti?

1	2	3	4	5	6
---	---	---	---	---	---