



INNOVATION ACADEMY

Scuola di imprenditorialità
e di innovazione

PROGRAMMA | 2017



SOMMARIO

Un’iniziativa promossa da
Trentino Sviluppo
Polo Meccatronica
Progetto Manifattura

TRENTINOSVILUPPO
IMPRESA INNOVAZIONE MARKETING TERRITORIALE



In collaborazione con
Università degli studi di Trento e Stein Lab
Hub Innovazione Trentino
Enterprise Europe Network

Premessa	2
Programma dei corsi	5
Dettaglio dei corsi	8
■ Simulazione e prototipazione rapida	8
■ MOOC - Fondamenti del fare impresa. Strategie per la startup di successo	9
■ I sistemi di rating interni utilizzati dalle banche e l’impatto sul rapporto banca - impresa	10
■ Seminario - Legge di stabilità	10
■ Comunicare con i social e strumenti di gestione e di analisi	11
■ Gestire i rapporti con i media. L’ufficio stampa	11
■ Workshop - Equity crowdfunding	12
■ I modelli di business: chi sono, da dove vengono e a cosa servono questi sconosciuti?	12
■ Strumenti di project management	13
■ SME Instrument	13
■ Laboratorio - Customer Problem Solution	14
■ Masterweek - Corso di europrogettazione	15
■ Masterweek - Internazionalizzazione	16
■ Protezione proprietà intellettuale	17

■ Come gli investitori privati valutano la tua impresa	17
■ Pitching day – I edizione	18
■ Gestione dei flussi e dei costi aziendali	18
■ Impostare la strategia di marketing	19
■ La governance societaria nelle aziende: aspetti strategici e gestionali	19
■ Nuovi strumenti e linguaggi della comunicazione aziendale	20
■ Workshop - Reward based crowdfunding	20
■ Structurare la propria rete vendite	21
■ Laboratorio - Public Speaking Comunicare l’innovazione	22
■ Business Model Canvas	23
■ Pitching day – II edizione	24
■ Le competenze dell’innovation manager	24
■ Neuromarketing, brand management e web marketing	25

Iscrizioni e tariffe **26**

I docenti **28**

INNOVATION ACADEMY

Scuola di imprenditorialità e di innovazione per startup e imprese avviate

PREMESSA

Accompagnare l'avvio di nuove imprese, in particolare progetti a elevato contenuto di innovazione, significa mettere a disposizione dei neoimprenditori strumenti diversi con l'obiettivo di **irrobustire le progettualità d'impresa** e favorire la loro aggregazione inserendole al contempo in un contesto di opportunità affinché possano sostenere la crescita. Se da un lato, infatti, non si può "creare un imprenditore", ma solamente riconoscerne e svilupparne il talento, dall'altro, iniziative come quelle offerte presso gli incubatori di Trentino Sviluppo possono affiancare i neoimprenditori nello sviluppare le loro naturali attitudini imprenditoriali, supportandoli nella creazione di network professionali, nell'acquisizione di conoscenze e know how, al fine di affrontare con maggior consapevolezza l'attività imprenditoriale.

Trentino Sviluppo ripropone quindi, oltre agli spazi e ai servizi di hosting, il percorso di Innovation Academy giunto ormai alla sua III edizione.

Progettata e realizzata in collaborazione con **Hub Innovazione Trentino, Università degli Studi di Trento, Stein Lab ed Enterprise Europe Network**, l'iniziativa ha una duplice finalità. In primo luogo, quella di formare l'imprenditorialità, nella convinzione che all'imprenditore sono necessarie non solo competenze tecnico specialistiche, ma anche capacità di adottare uno stile orientato all'intraprendere, secondo atteggiamenti di valutazione e gestione del rischio, di capacità creativa, di **ars combinatoria** di diverse risorse che possono rendere l'impresa sostenibile ed efficace.

In secondo luogo, il percorso si propone di **formare i principali elementi critici** che riguardano l'azione imprenditoriale: non solo la definizione dell'idea di business, ma anche e soprattutto aspetti trasversali quali le reti di commercializzazione e vendita, la pianificazione finanziaria, la comunicazione e il marketing, l'innovazione.

L'Academy è aperta agli imprenditori insediati all'interno degli incubatori di Trentino Sviluppo ma anche **a tutti coloro che intendono avviare una nuova iniziativa imprenditoriale** e necessitano di basi solide e di ispirazione per farlo. È altresì pensata anche per le aziende consolidate che vogliano approfondire i temi legati all'innovazione, al marketing, alla finanza e alla progettazione europea.



Quest'anno abbiamo introdotto alcune novità rispetto al 2016:

- **Academy online.** Inizieremo con un MOOC sperimentale (Massive Open Online Course), un corso digitale, formato da brevi moduli online, fruibili tramite una piattaforma internet
- **Academy Masterweeks.** Due settimane del mese di maggio saranno dedicate a due master di approfondimento sui temi dell'internazionalizzazione e della scrittura di progetti europei
- **Macrotemi formativi.** Academy si articola in **otto tematiche di business**, ciascuna composta da più moduli formativi. I moduli sono fra loro correlati, ma allo stesso tempo autonomi e i partecipanti possono scegliere a quali prendere parte secondo le proprie necessità e il livello di supporto di cui hanno bisogno
- **Approfondimenti tematici.** Nell'ambito del macrotema "Internazionalizzarsi" saranno organizzati quattro specifici momenti informativi di presentazione delle opportunità offerte da Svizzera, Regno Unito, Corea del Sud, Russia e Stati Uniti

Su richiesta, Trentino Sviluppo potrà rilasciare un attestato di partecipazione, anche relativamente al singolo corso.

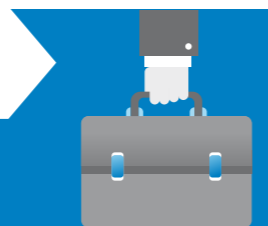
AREE TEMATICHE

Innovation Academy 2017
si articola nelle seguenti
tematiche di business:

INDIVIDUARE
IL PROPRIO
BUSINESS



GESTIRE
L'AZIENDA



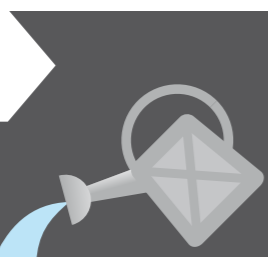
COMUNICARE
L'AZIENDA



OPPORTUNITÀ
DALLEUROPA



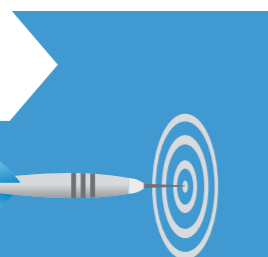
FINANZIARE
L'AZIENDA



INNOVARE:
DA SOLI O
COLLABORANDO?



MARKETING



INTERNAZIONALIZZARSI



PROGRAMMA DEI CORSI

I corsi si svolgono presso
Progetto Manifattura
Piazza Manifattura 1, Rovereto

DATA CORSO	AREA TEMATICA	ARGOMENTO	FORMATORE	DETTAGLI	PAGINA
15 febbraio	Innovare	Simulazione e prototipazione rapida	Altair Engineering, EnginSoft e HSL	3 ore	8
6 - 24 marzo	Individuare il proprio business	MOOC Fondamenti del fare impresa. Strategie per la startup di successo	Edutech	Online	9
9 marzo	Finanziare l'azienda	I sistemi di rating interni utilizzati dalle banche e l'impatto sul rapporto banca - impresa	Andrea Ferretti	3 ore	10
15 marzo	Finanziare l'azienda	Seminario Legge di stabilità	StarsUp	3 ore	10
22 marzo	Comunicare l'azienda	Comunicare con i social e strumenti di gestione e di analisi	Antonio Maresca	8 ore	11
31 marzo	Comunicare l'azienda	Gestire i rapporti con i media	Emanuele Bompan	3 ore	11
5 aprile	Finanziare l'azienda	Workshop Equity crowdfunding	WeAreStarting + testimonial UpSense	4 ore	12

DATA CORSO	AREA TEMATICA	ARGOMENTO	FORMATORE	DETTAGLI	PAGINA
------------	---------------	-----------	-----------	----------	--------

11 aprile	Individuare il proprio business	I modelli di business: chi sono, da dove vengono e a cosa servono questi sconosciuti?	Alberto Nucciarelli	4 ore	12
19 aprile	Gestire l'azienda	Strumenti di project management	Andrea Molinari	8 ore	13
26 aprile	Opportunità UE	SME Instrument	Finservice	4 ore	13
3 maggio	Individuare il proprio business	Laboratorio Customer Problem Solution (CPS)	Vittorino Filippas, Alessandro Rossi	8 ore	14
9 - 10 - 16 - 17 maggio	Opportunità UE	Masterweek Corso di europrogettazione	CiaoTech	24 ore	15
18 - 19 maggio	Internazionalizzarsi	Masterweek Internazionalizzazione	Alessio Gambino, Mariella di Pinto	16 ore	16
24 maggio	Innovare	Protezione PI	Studio Bonini	8 ore	17
30 maggio	Finanziare l'azienda	Come gli investitori privati valutano la tua impresa	Nicola Redi	4 ore	17
9 giugno	Finanziare l'azienda	Pitching day I edizione	Augusto Coppola	8 ore	18
13 giugno	Gestire l'azienda	Gestione dei flussi e dei costi aziendali	Giacomo Manzana	8 ore	18
21 giugno	Marketing	Impostare la strategia di marketing	Andrea Bolner	8 ore	19

DATA CORSO	AREA TEMATICA	ARGOMENTO	FORMATORE	DETTAGLI	PAGINA
------------	---------------	-----------	-----------	----------	--------

27 giugno	Gestire l'azienda	La governance societaria nelle aziende: aspetti strategici e gestionali	Aleardo Furlani	8 ore	19
4 luglio	Comunicare l'azienda	Nuovi strumenti e linguaggi per la comunicazione aziendale	Umberto Martini, Alessandro Libardi, Flavio Rosati	4 ore	20
14 settembre	Finanziare l'azienda	Workshop Reward based crowdfunding	Alberto Nucciarelli	4 ore	20
26 settembre	Marketing	Strutturare la propria rete vendite	Eugenio Lo Maglio	8 ore	21
5 ottobre	Comunicare l'azienda	Laboratorio Public speaking. Comunicare l'innovazione	Riccardo Liberati	8 ore	22
11 - 12 ottobre	Individuare il proprio business	Business Model Canvas	Beople	16 ore	23
16 ottobre	Finanziare l'azienda	Pitching day II edizione	Augusto Coppola	8 ore	24
8 novembre	Innovare	Le competenze dell'innovation manager	Studio Bonini	8 ore	24
15 - 16 novembre	Marketing	Neuromarketing, brand management e web marketing	Neurexplora	16 ore	25

SIMULAZIONE E PROTOTIPAZIONE RAPIDA

INNOVARE: DA SOLI O COLLABORANDO?



15 febbraio | 15.00 – 18.00

 **Formatori:** Altair Engineering, EnginSoft e HSL

 **Durata:** 3 ore

Argomento del modulo

Attraverso le presentazioni, gli esempi concreti e il dialogo con queste tre imprese, i partecipanti potranno trarre consigli utili e "istruzioni per l'uso" per introdurre le tecnologie della simulazione e della prototipazione rapida nell'innovazione del proprio prodotto. Il seminario avrà un taglio pratico grazie anche alla collaborazione con i principali operatori del settore in campo industriale.



Programma


- Soluzioni digitali innovative per lo sviluppo dei prodotti (case study)
- Metodi e linee guida per l'introduzione nei processi aziendali
- Il business dell'additive manufacturing come strumento dell'innovazione aziendale

MOOC - FONDAMENTI DEL FARE IMPRESA. STRATEGIE PER LA STARTUP DI SUCCESSO

INDIVIDUARE IL PROPRIO BUSINESS



6 - 24 marzo

 **Formatore:** Edutech

 **Durata:** MOOC tramite piattaforma online

Argomento del modulo

Trentino Sviluppo, in collaborazione con Edutech s.r.l., organizza un MOOC sui fondamenti del fare impresa di successo. Il MOOC è un corso digitale, gratuito, formato da brevi moduli online, fruibili tramite una piattaforma internet. Questo MOOC è composto da tre moduli, che saranno disponibili online (gli iscritti riceveranno un link per collegarsi alla piattaforma alcuni giorni prima del corso). Tratterà il tema del Go to Market (value proposition, il mercato di riferimento e il business model) e vuole fornire utili concetti che potranno essere approfonditi nei successivi corsi dell'Academy.



Programma

I settimana - UNITÀ 1:

Fare Impresa - La proposizione di valore

Questo modulo introdurrà il concetto di value proposition: "COSA vendo ai miei clienti"
Alla fine del modulo il partecipante sarà in grado di impostare il proprio "Piano di Azione" e in particolare di:

- Sapere cos'è una value proposition
- Determinare l'unicità della propria offerta
- Essere in grado di capire la differenza tra supposizione e realtà
- Creare la propria value proposition

II settimana - UNITÀ 2:

Fare Impresa - Il mercato di riferimento

Questo modulo introdurrà il concetto di mercato di riferimento: "CHI sono i miei clienti"
Alla fine di questo secondo modulo il partecipante sarà in grado di integrare il proprio "Piano di Azione" e in particolare di:

- Identificare il mercato di riferimento
- Segmentare il mercato
- Creare profili dei clienti e definire le priorità
- Valutare i profili

III settimana UNITÀ 3:

Fare Impresa - Il modello di business

Questo modulo introdurrà il concetto di modello di business: CHI fa cosa, DOVE e COME lo fa
In quest'ultima parte, ci si concentrerà sul "dove" e "come", imparando a fare un modello di business. Alla fine del modulo il partecipante sarà in grado di completare il suo "Piano di Azione".

I SISTEMI DI RATING INTERNI UTILIZZATI DALLE BANCHE E L'IMPATTO SUL RAPPORTO BANCA - IMPRESA

FINANZIARE L'AZIENDA



9 marzo | 16.00 - 19.00

Formatore: Andrea Ferretti

Durata: 3 ore

Argomento del modulo

Fingere che negli ultimi anni nulla sia cambiato nel rapporto banca - impresa non solo costituisce un esercizio inutile, ma, forse, addirittura pericoloso. Le nuove regole di vigilanza imposte alle banche (il past due e il credito forborne), l'adozione di sistemi di rating avanzati per la valutazione delle aziende hanno modificato in profondità sia il comportamento delle banche che delle imprese. E poiché si tratta di un processo irreversibile, diventa di fondamentale importanza che gli imprenditori,

con l'aiuto delle banche stesse, comprendano appieno i meccanismi alla base della "mutazione genetica" subita da questo rapporto. Il seminario affronterà i suddetti temi con un approccio divulgativo ma rigoroso, con esempi pratici utili per PMI e startup alla ricerca di finanziamenti in capitale di debito.

Programma

- Come si forma il rating
- L'impatto dei sistemi di rating sul funzionamento delle imprese
- Come funzionano le nuove regole di vigilanza imposte alle banche (il past due e il credito forborne) e le conseguenze per le imprese
- Domande e risposte

SEMINARIO LEGGE DI STABILITÀ

FINANZIARE L'AZIENDA



15 marzo | 15.00 - 18.00

Formatore: StarsUp

Durata: 3 ore

Argomento del modulo

Il modulo è dedicato ad approfondire le opportunità di tipo finanziario previste in particolare dalla nuova Legge di Bilancio 2017, sia per le aziende che si rivolgono al mercato dei capitali che per quelle che investono in innovazione e tecnologia.

Programma

- Equity crowdfunding: finanza e marketing per tutte le PMI
 - Inquadramento giuridico e operativo dello strumento
 - Novità previste dalla Legge di Bilancio 2017 e dall'ultima revisione del Regolamento Consob
- Open Innovation
 - Elementi caratterizzanti dell'open innovation come paradigma strategico
 - Prassi di mercato e novità previste dalla Legge di Bilancio 2017
- Agevolazioni fiscali
 - Super-ammortamenti e iper-ammortamenti
 - Credito d'imposta per ricerca e sviluppo

COMUNICARE CON I SOCIAL E STRUMENTI DI GESTIONE E DI ANALISI

COMUNICARE L'AZIENDA



22 marzo | 9.00 - 13.00; 14.00 - 18.00

Formatore: Antonio Maresca

Durata: 8 ore

Argomento del modulo

Nell'era del digitale i social media assumono sempre più peso, anche nella gestione della comunicazione aziendale. È necessario capire perché e quando utilizzare i social media, comprendere i fondamenti della corretta presenza sui social, la configurazione di gestione e utilizzo.

Il modulo fornirà gli strumenti per creare un piano di contenuti e un calendario editoriale, per comprendere l'interazione tra i social, la promozione organica degli stessi e il social advertising, oltre a fornire strumenti per la gestione, l'ascolto, l'aggregazione, l'interazione e il monitoraggio dei social media.

Programma

- Perché utilizzare i social media
- I fondamentali della corretta presenza sui social media
- Configurazione di una corretta policy di gestione e utilizzo
- Prima di partire: idee e obiettivi chiari
- Basi per la realizzazione di una social media strategy
- L'importanza dell'ascolto, della ricerca delle fonti e delle persone da seguire
- Creazione di un piano contenuti e di un calendario editoriale
- Comunicare e interagire, aspetti importanti per la visibilità
- Promozione organica e social advertising
- Strumenti per la gestione, l'ascolto, l'aggregazione, l'interazione e il monitoraggio
- Misurare le attività: social media analytics
- Check list per la configurazione e l'utilizzo base di: Facebook, Twitter, LinkedIn

GESTIRE I RAPPORTI CON I MEDIA. L'UFFICIO STAMPA

COMUNICARE L'AZIENDA



31 marzo | 15.00 - 18.00

Formatore: Emanuele Bompan

Durata: 3 ore

Argomento del modulo

Veicolare il proprio prodotto o servizio su media locali e nazionali non è un'impresa semplice. Come si cattura l'attenzione della stampa? Quando si diventa notiziabili? Quali sono i costi e le opportunità di promuoversi con la stampa, in un contesto, quello delle testate cartacee e digitali, in forte trasformazione? Il seminario, con un taglio molto concreto, si propone di avvicinare aziende e imprenditori al mondo dei media. Come? Rivelandone i riti, le regole, i meccanismi che fanno di un fatto una notizia e suggerendo alcune indicazioni pratiche su come "confezionare" un fatto affinché possa diventare notizia: tem-

Programma

- Introduzione al mondo dei media. Tendenze, novità, modelli
- Che cos'è un ufficio stampa?
- Notiziabilità. Come trasformare un fatto in notizia
- Foto e video. Comunicare in maniera visual
- Costi e opportunità. Avere un ufficio stampa
- Comprare spazi pubblicitari. Quando è necessario
- Crisis management. Indagini, incidenti, inchieste diffamatorie: come tutelarsi

WORKSHOP EQUITY CROWDFUNDING

FINANZIARE L'AZIENDA



5 aprile | 15.00 – 19.00

Formatori: WeAreStarting + testimonial UpSense

Durata: 4 ore

Argomento del modulo

Il modulo è dedicato all'equity crowdfunding ed è finalizzato a informare i partecipanti sui meccanismi di funzionamento e le novità introdotte recentemente. Approfondirà l'approccio olistico da tenere e fornirà strumenti e suggerimenti per la preparazione al pitch.

Ospite dell'incontro un'azienda trentina che nel 2016 ha condotto una campagna di successo.



Programma

- Funzionamento e tecnicismi dell'equity crowdfunding
- Approccio olistico all'equity crowdfunding (strategie di comunicazione, rapporti con le banche, rapporti con gli investitori e gli stakeholder)
- Testimonianza aziendale
- Strumenti e suggerimenti per preparare al meglio il pitch da presentare agli investitori
- Incontri personalizzati con gli interessati

I MODELLI DI BUSINESS: CHI SONO, DA DOVE VENGONO E A COSA SERVONO QUESTI SCONOSCIUTI?

INDIVIDUARE IL PROPRIO BUSINESS



11 aprile | 15.00 – 19.00

Formatore: Alberto Nucciarelli

Durata: 4 ore

Argomento del modulo

Il corso intende fornire le conoscenze di base per comprendere l'importanza teorica e pratica dei modelli di business. Intende altresì fornire ai partecipanti uno strumento chiaro e facilmente utilizzabile nel riconoscere le principali tipologie e identificarne le caratteristiche fondanti. I case study aiuteranno a capire come funzionano alcune delle piattaforme che hanno cambiato le regole della competizione in importanti settori economici.



Programma

- Importanza della strategia nel management aziendale
- Gli strumenti tradizionali della strategia aziendale: i limiti dell'"usato sicuro"
- Il business model: cosa, come e perché?
- Le tipologie di business model
- Come rileggere aziende di successo attraverso i loro business model: case studies
- Piattaforme: cosa sono, come e perché funzionano?
- Piattaforme di successo: case studies
- Come creare una piattaforma?
- Cosa vuol dire innovare un business model?
- Innovazione tecnologica e innovazione di un modello di business

STRUMENTI DI PROJECT MANAGEMENT

GESTIRE L'AZIENDA



19 aprile | 9.00 – 13.00; 14.00 – 18.00



Formatore: Andrea Molinari



Durata: 8 ore



Argomento del modulo

Il corso prevede l'introduzione alle tematiche legate al project management in quanto disciplina applicativa, legando fondamenti teorici e applicazioni pratiche in ambito aziendale.



Programma

- Overview del project management
- La metodologia e gli strumenti per la gestione dei progetti
- Le funzioni principali del project management: scopo, tempo, costo, qualità
- Redigere un piano operativo di progetto (PMP/PPM)
- Work packages, deliverables e loro gestione in uno strumento di PM
- La schedulazione di progetto e le tecniche reticolari
- Critical path method e analisi criticità

- L'utilizzo del diagramma di Gantt
- Vincoli e scadenze nella pianificazione
- Attività critiche e ipercritiche
- Margini di flessibilità nella valutazione della pianificazione
- Definire le milestones di progetto e le milestone chart
- Gestire le risorse e project management
- Dimensionamento delle risorse
- Assegnare risorse a task
- La baseline di progetto
- Stime del progetto: tempi e costi
- Il budget di progetto
- Esecuzione e controllo: la governance di progetto
- Stati Avanzamento Lavori (SAL)
- Timesheet e piano di lavoro aggiornato
- Chiudere e rendicontare un progetto
- Reportistica di progetto
- Portfolio management, dashboard, business intelligence e KPI di progetto

SME INSTRUMENT



OPPORTUNITÀ DELL'EUROPA



26 aprile | 15.00 – 18.30



Formatore: Finservice



Durata: 4 ore



Argomento del modulo

Lo SME Instrument è uno schema di finanziamento previsto in Horizon 2020 specificamente destinato alle PMI per sostenere le attività di ricerca e di innovazione e le capacità delle PMI nel corso delle varie fasi del ciclo di innovazione.

A fine 2016 il bilancio per le PMI trentine si è attestato a 5 progetti vinti e 5 seal of excellence (ossia progetti non finanziati

per mancanza di risorse messe a bando) ottenuti. Un bilancio positivo, superiore a quanto ottenuto da Alto Adige e da Friuli Venezia Giulia. Ciò dimostra l'alto potenziale dell'innovazione espressa dalle aziende trentine. Trentino Sviluppo propone un pomeriggio di approfondimento con esperti del settore.



Programma

- Fondamenti di Horizon 2020
- Lo SME Instrument. Obiettivi, funzionamento, modalità di partecipazione
- Incontri B2B personalizzati con i partecipanti per l'approfondimento di specifici progetti

LABORATORIO CUSTOMER PROBLEM SOLUTION

INDIVIDUARE IL PROPRIO BUSINESS



3 maggio | 9.00 – 13.00; 14.00 – 18.00

 **Formatori:** Vittorino Filippas, Alessandro Rossi

 **Durata:** 8 ore

Argomento del modulo

Più del 90% delle startup fallisce per l'incapacità di individuare correttamente il proprio cliente obiettivo, il suo bisogno latente e l'urgenza che la soluzione di questo bisogno riveste per il cliente stesso. Questo modulo didattico introduce in maniera interattiva, a partire dall'esperienza professionale e imprenditoriale dei partecipanti, il tema dell'innovazione incentrata sui bisogni del cliente (customer centric innovation). Al termine della giornata i partecipanti avranno imparato una metodologia sistematica per capire quali modifiche apportare a un'idea di business per ottenere un migliore product-market fit. Il metodo mette al centro del ragionamento imprenditoriale non tanto la tecnologia e la tecnica (che a volte portano a ideare "soluzioni in cerca di problemi") ma piuttosto i bisogni (P, come problema) dei clienti (C) e come il nostro prodotto o servizio può risolverli (S, come soluzione). Avere chiara la propria idea imprenditoriale vuol dire avere identificato correttamente i tre elementi della tripletta CPS. Durante la giornata vengono proposti vari strumenti e approcci funzionali volti a identificare, validare e

affinare per iterazioni successive tale tripletta. Fra i vantaggi legati all'adozione di questo approccio incentrato sui bisogni del cliente, si approfondiranno anche i temi della comunicazione efficace dell'idea imprenditoriale (aver ben chiaro il proprio CPS è un prerequisito per presentare efficacemente la propria idea imprenditoriale al proprio team, a un investitore, o a qualsiasi altro stakeholder) e delle attività di promozione, marketing e acquisizione dei clienti (più il cliente è ben individuato e più importante è il bisogno per il cliente, minori sono gli sforzi e i costi di comunicazione e vendita)



Programma

- Tutorial interattivo su customer centricity e sulla tripletta CPS
- Elevator pitch (1 min) dei progetti imprenditoriali
- Come si fa un pitch basato sul paradigma CPS
- Lavoro interattivo in aula per affinare il livello di definizione del CPS dei progetti dei partecipanti
- Low hanging fruits: chi sono i primi 150 clienti del vostro prodotto/servizio?
- Mentorship individuale per affinare il CPS
- Mentorship di gruppo: incorporare il feedback degli altri e apprendimento dagli altri progetti presentati

MASTERWEEK CORSO DI EUROPROGETTAZIONE




OPPORTUNITÀ DELL'EUROPA



9 - 10 - 16 - 17 maggio

 **Formatore:** CiaoTech

 **Durata:** 24 ore

Argomento del modulo

Workshop formativo e operativo sulla scrittura di progetti europei, per la partecipazione ai vari programmi, con specifico riferimento al programma SME Instrument di Horizon 2020. Obiettivo primario del modulo, organizzato in partnership con la rete Enterprise Europe Network (www.een-italia.eu) è contribuire a formare risorse (crescita degli skill e delle competenze) delle aziende affinché queste ultime siano maggiormente preparate nella partecipazione a un bando SME Instrument per portare un nuovo prodotto, oggetto di specifici progetti di ricerca e sviluppo, sul mercato.



Programma

I giorno | 15.00 – 18.00

- Il programma quadro per la ricerca e l'innovazione dell'Unione Europea: Horizon 2020
- I 3 Pilastri di Horizon 2020: Societal Challenge, Industrial Leadership e Excellence in Science
- Differenze rispetto al Settimo Programma Quadro
- I tipi di progetti europei in H2020, criteri di eleggibilità e percentuali di finanziamento: RIA, IA e CSA
- Horizon 2020: valutazione dei primi 3 anni di operatività

II giorno | 9.00 – 13.00; 14.00 – 18.00

- Introduzione allo strumento SME Instrument
- Le 3 fasi dello SME Instrument
- Focus FASE 1
- Iscrizione al portale ECAS e self assessment delle SME
- Esempi di registrazione e registrazione attiva dei partecipanti
- I formulari della FASE 1 (Parte A di ECAS: caso studio CiaoTech; Parte B, sezione 1 – 3; Parte B, sezione 4 – 5). In questa parte del corso verranno esaminati nel dettaglio i form progettuali, evidenziando il tipo di contenuto atteso dai valutatori dell'UE e il "linguaggio" da adottare nelle diverse sezioni. L'apprendimento sarà favorito da esercizi pratici svolti dai partecipanti, sotto la supervisione dei formatori.

III giorno | 9.00 – 13.00; 14.00 – 18.00

- SME Instrument: focus FASE 2 e topic
- I formulari della FASE 2 (Parte A di ECAS e budget)
- I formulari della FASE 2 (Parte B, sezione 1 – 3; Parte B, sezione 4 – 5). In questa parte del corso verranno esaminati nel dettaglio i form progettuali, evidenziando il tipo di contenuto atteso dai valutatori dell'UE e il "linguaggio" da adottare nelle diverse sezioni. L'apprendimento sarà favorito da esercizi pratici svolti dai partecipanti, sotto la supervisione dei formatori.
- Overview della FASE 3

IV giorno | 9.00 – 12.30

- Un approccio vincente alla progettazione europea: la qualità delle idee, il topic, il network, la proposta professionale
- Analisi delle idee di progetto dei partecipanti: incontri one to one.



PROFESSIONE EXPORT MANAGER

Crescere sui Mercati Esteri

18 - 19 maggio

Formatori: Alessio Gambino, Mariella Di Pinto

Durata: 16 ore

Argomento del modulo

Il corso si rivolge a tutti coloro che intendono approfondire le tematiche del business international e acquisire le competenze necessarie per guidare progetti di espansione all'estero:

- Imprenditori
- Responsabili uffici commerciali
- Export Manager
- Professionisti



Programma

18 maggio

Marketing internazionale

- Come scegliere il paese
- Quali prodotti
- A quale prezzo

Strategie di internazionalizzazione

- Quale canale di entrata
- Sviluppo commerciale e produttivo

19 maggio

Contrattualistica internazionale

- Aspetti principali
- Forme contrattuali

Business Plan

- Principali aspetti di redazione



Costo

- 500+IVA
- 350+IVA solo per le imprese residenti in Trentino

Per informazioni ed iscrizioni:

internazionalizzazione@trentinosviluppo.it

PROTEZIONE PROPRIETÀ INTELLETTUALE

INNOVARE: DA SOLI O COLLABORANDO?



24 maggio | 9.00 - 13.00; 14.00 - 18.00



Formatore: Studio Bonini



Durata: 8 ore



Argomento del modulo

Il modulo didattico affronta il tema della protezione della proprietà intellettuale dell'azienda (nelle sue varie forme: brevetti, design, marchi, diritto d'autore, know how) e della valorizzazione della stessa.



Programma

- A chi interessano la proprietà intellettuale e industriale e perché
- Costi e benefici
- Quanto costa rinunciare alla protezione della PI
- La posizione dell'Italia nel mondo (statistiche)
- Le grandi occasioni perse dagli italiani

- Approfondimento sulla protezione
 - Brevetti
 - Modelli di utilità
 - Design
 - Marchi
 - Software
 - Know how
- Approfondimento sulla valorizzazione
 - Gli accordi di licenza e di cessione
 - Tipologia dei contratti di licenza
 - Esclusiva
 - Non esclusiva
 - Area geografica
 - Di settore di prodotto
 - Pagamenti
 - Clausole di rescissione
 - Dove, come e quando
 - Le clausole da non dimenticare in un contratto di licenza

COME GLI INVESTITORI PRIVATI VALUTANO LA TUA IMPRESA

FINANZIARE L'AZIENDA



30 maggio | 9.00 - 13.00



Formatore: Nicola Redi



Durata: 4 ore



Argomento del modulo

Il modulo vuole far comprendere ai partecipanti cos'è il venture capital e quali sono le dinamiche che lo regolano, far capire come un fondo di investimento analizza e seleziona



Programma

- Il ruolo del venture capital
- Come funziona un fondo
- Cosa e come valuta un fondo: analisi basata su casi di studio
- Come lavoriamo in Vertis



9 giugno | 9.00 – 13.00; 14.00 – 18.00

Formatore: Augusto Coppola

Durata: 8 ore

Argomento del modulo

La giornata è finalizzata all'acquisizione di competenze imprenditoriali/manageriali e al perfezionamento delle proprie capacità di presentare la propria idea imprenditoriale a un interlocutore industriale e/o finanziario.



Programma

- Regole per un pitch ottimale
- Sessioni di pitch dei partecipanti davanti all'uditorio e successivo feedback da parte del docente

GESTIONE DEI FLUSSI E DEI COSTI AZIENDALI



13 giugno | 9.00 – 13.00; 14.00 – 18.00

Formatore: Giacomo Manzana

Durata: 8 ore

Argomento del modulo

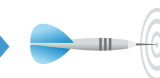
Un fattore determinante per il successo di un'impresa è la capacità dell'imprenditore di gestire le entrate e le uscite di cassa, come pure analizzare e gestire i costi aziendali. Il modulo vuole approfondire il concetto che gli aspetti finanziari non devono essere considerati isolati dal resto della gestione ma, al contrario, la gestione della finanza aziendale è collegata a tutti gli altri aspetti della gestione d'impresa.



Programma

- Le interrelazioni tra le varie poste di bilancio
- L'attivo commerciale netto e il capitale circolante netto come grandezze di rilevanza patrimoniale
- L'EBITDA: la sua rilevanza nell'equilibrio dei flussi finanziari
- L'importanza del confronto di situazioni storiche
- Il rendiconto finanziario

IMPOSTARE LA STRATEGIA DI MARKETING



21 giugno | 9.00 – 13.00; 14.00 – 18.00

Formatore: Andrea Bolner

Durata: 8 ore

Argomento del modulo

Il modulo didattico affronta il tema dell'impostazione della strategia di marketing aziendale, passo fondamentale prima di occuparsi operativamente del marketing dell'impresa. I partecipanti

potranno richiedere un incontro personalizzato con il formatore per un primo approfondimento sul proprio caso aziendale.



Programma

- Come individuare la strategia di marketing più performante in funzione alla realtà aziendale e agli obiettivi di mercato
- Esercitazioni pratiche
- Incontri personalizzati di approfondimento (su prenotazione)

LA GOVERNANCE SOCIETARIA NELLE AZIENDE: ASPETTI STRATEGICI E GESTIONALI



27 giugno | 9.00 – 13.00; 14.00 – 18.00

Formatore: Aleardo Furlani

Durata: 8 ore

Argomento del modulo

È soprattutto in un momento generale di difficoltà, come quello attuale, che la competizione mette in crisi le aziende più fragili: le imprese medio-piccole, le startup, che spesso non riescono a darsi una struttura societaria professionale e capace di far convivere le diverse posizioni tra i soci in modo costruttivo e in grado di creare valore. Le carenze a livello di pianificazione strategica e di processi organizzativi, oltre alla prevalenza di una struttura organizzativa informale poco definita e legittimata concorrono a ridurre l'efficacia delle aziende sul mercato e a frenare i necessari processi di cambiamento e innovazione. È attraverso la definizione di obiettivi comuni, regole e processi relazionali chiari e condivisi tra i soci e nella struttura del management – che costituiscono nel gergo manageriale la governance aziendale – che le piccole e medie imprese hanno la possibilità di essere più competitive e prepararsi al futuro. Il modulo formativo proposto ha l'obiettivo di suggerire e far comprendere cosa fare e, soprattutto, come fare per costituire un processo coerente per giungere a una struttura di governo aziendale efficace e performante.

Infatti, si chiede ai partecipanti di provare a riflettere sui rischi che derivano dalle interazioni tra i soci e nella struttura gestionale, dalla modalità di decisione e dai potenziali conflitti tra di loro. La stabilità di un'azienda a capitale frazionato deriva dalla capacità di definire a priori percorsi condivisi dal punto di vista della governance.

Il corso si svolgerà ricercando l'interazione tra relatori e partecipanti, attraverso esempi pratici e casi di studio reali. Saranno benvenute le proposte, da parte di chi ne fosse interessato, di casi concreti su cui discutere, che potranno essere occasioni pratiche per la ricerca di soluzioni.



Programma

- La governance societaria: aspetti strategici
 - Le tipologie di controllo societario più diffuse nelle PMI e nelle startup (punti di forza e criticità)
 - I ruoli nel governo e nella gestione aziendale
 - Strumenti per stabilizzare ed equilibrare l'assetto di controllo (patti parasociali, accordi, ecc.)
 - Le opportunità fornite da investitori esterni
 - Metodi per migliorare l'efficacia delle strutture informali di governo aziendale
- Incontri personalizzati col relatore (su prenotazione)

NUOVI STRUMENTI E LINGUAGGI DELLA COMUNICAZIONE AZIENDALE

COMUNICARE L'AZIENDA



4 luglio | 15.00 – 19.00

Formatori: Umberto Martini, Alessandro Libardi, Flavio Rosati

Durata: 4 ore

Argomento del modulo

Il seminario offrirà inizialmente una panoramica sulle nuove forme di comunicazione per creare valore: dalla pubblicità alla multi-canalità, dalla marca all'esperienza. Saranno poi approfonditi due canali di comunicazione sempre più utilizzati dalle aziende nella comunicazione dei loro prodotti e servizi: il rendering 3D e lo storytelling attraverso il fumetto.

Programma

- Le nuove forme di comunicazione per creare valore: dalla pubblicità alla multi-canalità, dalla marca all'esperienza
- Il rendering: cos'è e a cosa serve, quali sono gli ambiti di impiego
- Come si realizza un rendering con esempi pratici
- Il fumetto industriale come canale narrativo delle esperienze lavorative e qualità produttive
- Il case history di un uso del fumetto in ambito business

WORKSHOP REWARD BASED CROWDFUNDING

FINANZIARE L'AZIENDA



14 settembre | 15.00 – 19.00

Formatore: Alberto Nucciarelli

Durata: 4 ore

Argomento del modulo

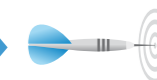
Esempio di open innovation, il crowdfunding è utilizzato in quattro diverse forme: equity, charity, lending e reward based. Il reward based crowdfunding è una pratica che consiste nella raccolta di finanziamenti online solitamente a fronte di una ricompensa. La sua popolarità, amplificata dall'attività di piattaforme come Kickstarter e Indigogo, deriva non solo dalla possibilità concessa ad aziende consolidate, startup e singoli individui di accedere a un finanziamento per la realizzazione di un progetto ma anche - e soprattutto - alle sue implicazioni strategiche.

Programma

- Innovazione aperta e innovazione chiusa
- Il crowdfunding come forma di innovazione aperta
- Forme di crowdfunding: esempi pratici
- Il reward based crowdfunding: cos'è e come funziona
- Le principali piattaforme di reward based crowdfunding internazionali e italiane
- Come mettere a punto una campagna di crowdfunding: cosa fare e cosa non fare
- Implicazioni del reward based crowdfunding
- Analisi di un settore: i giochi digitali

STRUTTURARE LA PROPRIA RETE VENDITE

MARKETING



26 settembre | 9.00 – 13.00; 14.00 – 18.00

Formatore: Eugenio Lo Maglio

Durata: 8 ore

Argomento del modulo

Il modulo didattico analizza la funzione vendite nel contesto strategico e organizzativo dell'impresa. Si sofferma sull'analisi del business come strumento di progettazione di una struttura di vendita, analizza le figure manageriali necessarie, le caratteristiche del personale dedicato e i meccanismi di remunerazione.

Programma

La funzione vendite nel contesto strategico e organizzativo dell'impresa

- La vendita come funzione aziendale
- La funzione marketing: definizione e aree di interazione con la vendita
- Vendita e capitale intellettuale: come la vendita contribuisce alla creazione di valore dell'impresa

L'analisi del business come strumento di progettazione di una struttura di vendita

- La struttura del mercato
- Prodotto, servizio, soluzione: come l'oggetto della transazione influenza la struttura della rete di vendita
- Il portafoglio clienti
- La copertura territoriale

Definire gli obiettivi di vendita

- Dall'obiettivo di budget all'obiettivo di vendita
- Caratteristiche generali degli obiettivi
- Struttura degli obiettivi di vendita

Il controllo delle vendite

- Il budget di vendita
- La previsione mensile-trimestrale delle vendite
- Il controllo dei risultati di vendita e la revisione degli obiettivi

Le figure manageriali nella rete di vendita

- Il sales manager e marketing manager
- Il sales manager commerciale
- Il sales manager di area

I professionisti della vendita - La selezione del personale
Tracciamo il profilo dei professionisti della vendita

- Gli elementi principali che caratterizzano il profilo di manager e professionisti della vendita
- Come rispondono all'interesse per le vendite e all'interesse per i clienti
- Le responsabilità assegnate
- Le esperienze richieste
- Le competenze
- Le conoscenze tecniche necessarie alla gestione del ruolo
- La conoscenza delle tecniche di comunicazione

La motivazione e la remunerazione della forza vendite

- Fattori motivanti una rete di vendita
- Retribuzione fissa, retribuzione variabile, benefit
- Lo schema di incentivazione
- Coaching nelle vendite

LABORATORIO - PUBLIC SPEAKING COMUNICARE L'INNOVAZIONE

COMUNICARE L'AZIENDA



5 ottobre | 9.00 – 13.00; 14.00 – 18.00

 **Formatore:** Riccardo Liberati

 **Durata:** 8 ore

 **Argomento del modulo**

Il laboratorio esplora e approfondisce il rapporto che lega un relatore al suo pubblico. Rapporto coinvolgente, esaltante, a volte contraddittorio, in grado di mettere in gioco percezione di sé, fiducia nelle proprie capacità, spontaneità, autenticità, soggettività, credibilità personale, memoria, razionalità, capacità di strutturare le proprie idee, capacità di sintesi. In pubblico si ha la responsabilità di comunicare significati in grado di coinvolgere l'uditorio attraverso la condivisione delle proprie idee, vissute e comunicate con autenticità e passione. Il laboratorio offre la possibilità di far emergere potenzialità espressive individuali, capacità di trasmissione delle idee, capacità di sintesi, creatività e immaginazione nell'elaborazione dei contenuti e la capacità di tradurre in linguaggio chiaro ed essenziale il valore dell'innovazione per condividerlo con il pubblico.



Programma

- Training su respirazione, ritmo, pause, articolazione della parola
- Gli elementi di base della comunicazione in pubblico: spazio, tempo, ritmo, corpo, contenuto, pubblico
- Consapevolezza del momento iniziale
- La gestione dell'ansia
- Il linguaggio del corpo: il non verbale
- Gioco di improvvisazione, creatività, spontaneità
- Costruzione della presentazione: introdurre l'argomento, esporre con chiarezza i fatti, fornire il proprio punto di vista, concludere
- La responsabilità verso il pubblico: capacità di ascolto, capacità di persuasione e impegno nel condividere autenticamente le proprie idee
- La sintesi: come dare rilevanza e priorità ai propri contenuti
- La narrazione: l'esposizione dei fatti, il loro potenziale evocativo
- Le argomentazioni: la spinta dinamica dei nostri punti di vista, i perché, le possibili soluzioni, il valore dell'innovazione

BUSINESS MODEL CANVAS

INDIVIDUARE IL PROPRIO BUSINESS



11 - 12 ottobre

 **Formatore:** Beople

 **Durata:** 16 ore

 **Argomento del modulo**

Apprendere e sperimentare concretamente una metodologia collaudata a livello internazionale, che consente la trasformazione dell'idea imprenditoriale in un business model ritagliato sull'azienda: questa metodologia è il Business Model Canvas di Alexander Osterwalder.

Nella prima giornata si apprenderà come usare il Business Model Canvas e ad applicarlo direttamente alla propria azienda. Nella seconda giornata ci si concentrerà sul cliente e su come adattare i propri prodotti/servizi (value proposition) alle sue necessità.

Il corso alternerà momenti di spiegazione teorica a lavori di gruppo, anche su tematiche proposte dai partecipanti.

 **Programma**

I giorno | 9.00 – 13.00; 14.00 – 18.00

- Mercato, innovazione e futuro: insight per l'innovazione
- Il business model: caratteristiche, funzioni e vantaggi
- Il Business Model Canvas come chiave per creare nuovo valore
- Il processo per creare valore attraverso il BMC
- Prendere spunto dai casi di successo: analisi di modelli di business innovativi

- Creare un prototipo di startup in 20 minuti
- Linee guida per l'analisi e la progettazione
- Dietro le quinte: come approfondire l'uso del BMC
- Mappare il proprio modello di business con il BMC
- Fast thinking: strumenti e tecniche per generare nuove idee ed evolvere il proprio modello di business
- Linee guida strategiche per generare alternative strategiche

II giorno | 9.00 – 13.00; 14.00 – 18.00

- Riconfigurare lo spazio di mercato facendo leva sui clienti
- Segmentazione motivation-driven e mappatura nell'esperienza di consumo
- Mappatura empatica: elementi differenzianti nella percezione del cliente
- Scoprire cos'è il job-to-be-done dei clienti e perché può fare la differenza tra fallimento e successo di un'offerta (e di un'impresa)
- Customer discovery process: costruire il profilo cliente e la sua esperienza d'acquisto
- Product-market-fit: costruire un'efficace offerta di prodotti e servizi attraverso il Value Proposition Canvas
- Comprendere i differenziali strategici per diversificarsi e distinguersi dalle offerte già presenti ed essere percepiti come unici e di valore
- Sviluppo e re-design del business model partendo dalla nuova value proposition

PITCHING DAY – II EDIZIONE

FINANZIARE L'AZIENDA



16 ottobre | 9.00 – 13.00; 14.00 – 18.00



Programma

- Regole per un pitch ottimale
- Sessioni di pitch dei partecipanti davanti all'uditorio e successivo feedback da parte del docente



Formatore: Augusto Coppola



Durata: 8 ore



Argomento del modulo

La giornata è finalizzata all'acquisizione di competenze imprenditoriali/manageriali e al perfezionamento delle proprie capacità di presentare la propria idea imprenditoriale a un interlocutore industriale e/o finanziario.

LE COMPETENZE DELL'INNOVATION MANAGER IN AZIENDA

INNOVARE: DA SOLI O COLLABORANDO?



8 novembre | 9.00 – 13.00; 14.00 – 18.00



Formatore: Studio Bonini



Durata: 8 ore



Argomento del modulo

Il modulo vuole fornire strumenti a supporto della valorizzazione della proprietà intellettuale in azienda. È rivolto a chi ricopre la funzione di innovation manager, figura di riferimento, all'interno dell'azienda, per le attività innovative, che deve avere competenze trasversali e deve sapersi relazionare con i professionisti di proprietà intellettuale per garantire all'azienda la miglior protezione e la migliore valorizzazione dell'innovazione; una figura di collegamento tra la parte tecnica di ricerca e sviluppo, il marketing e la proprietà.



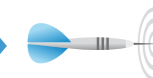
Programma

- La figura dell'innovation manager:
 - Caratteristiche personali
 - Preparazione tecnica
 - Attività specifica e interazione con le componenti aziendali

- Brevetti, design, marchi e copyright (accenni)
- Saper leggere cosa un brevetto protegge: cosa si può fare e cosa non si può fare
- Le banche dati dei brevetti
- Come cercare i brevetti dei concorrenti
- Come cercare la tecnologia nel settore che ci interessa
- Esercitazioni
- Analisi della tecnologia che ci interessa produrre rispetto a quello che è già conosciuto attraverso i brevetti
- Analisi delle differenze con la tecnologia che si vuol produrre rispetto a quella nota
- Valutazione della convenienza: alternative, affollamento, zone geografiche, qualità
- La scelta della miglior protezione (come e dove)
- La promozione dell'innovazione tramite licenze o cessioni nei paesi non raggiungibili dall'azienda
- La difesa dei titoli di proprietà industriale
- La sorveglianza brevetti, marchi, design della concorrenza

NEUROMARKETING, BRAND MANAGEMENT E WEB MARKETING

MARKETING



15 - 16 novembre | 9.00 – 13.00; 14.00 – 18.00



Formatore: Neurexplore



Durata: 16 ore



Argomento del modulo

È possibile prevedere il successo di un'iniziativa di marketing in modo serio e realistico? La risposta è sì. Infatti, l'ambito scientifico relativo a studi su cervello, mente e comportamenti sta creando nuovi strumenti e nuovi approcci spendibili con buona efficacia in ambito aziendale.

Il corso propone serie e approfondite conoscenze su come tenere a mente molti importanti fattori che influenzano i comportamenti di scelta dei clienti, con particolare riferimento sia alla creazione e gestione di un brand, sia al web marketing inteso nella sua accezione più ampia (sviluppo siti web, e-commerce, social media, video virali).



Programma

I giorno | 9.00 – 13.00; 14.00 – 18.00

Come prevedere se una persona comprerà o meno il mio prodotto/servizio?

- Come decidono le persone? Il processo decisionale del cliente
- Come funziona il processo decisionale?
- Cosa non si può non sapere del funzionamento del cervello e il suo collegamento ai comportamenti

È possibile prevedere il comportamento? Errori cognitivi e aspetti applicativi. Dopamina mon amour. Le basi neurobiologiche delle pulsioni di desiderio e motivazione

- Il sistema cerebrale delle ricompense
- Come rendere il proprio prodotto "memorabile"? Il ruolo delle percezioni sensoriali e delle emozioni

Il ruolo del nucleus accumbens e di altre aree cerebrali nel determinare il successo comunicativo. Perché fare esperimenti? L'obiettivo è capire l'utilità pratica degli esperimenti come

strumenti per valutare se il progetto di marketing è realmente efficace sui target

- Il metodo sperimentale: cos'è e perché ci deve interessare?
- Simulazione pratica dell'analisi dei processi decisionali

Sviluppare prodotti e servizi efficaci. Esempi concreti di applicazione. Attenzione al destinatario. Comunicazione del brand e differenze di genere nel dissipare il carico emotivo. Uomini e donne rispondono diversamente alle emozioni, perché diversa è la loro struttura cerebrale. Capire come funzionano questi aspetti aiuta a rendere la comunicazione del brand più efficace e diretta all'obiettivo che ci siamo fissati

- Differenze di genere a livello fisiologico: come gestire la diversità nella comunicazione
- Differenze di genere in pratica. Casi di successo ed esempi applicativi

Il giorno | 9.00 – 13.00; 14.00 – 18.00

Brand management: come il funzionamento del cervello umano è influenzato da simboli come il brand.

- Casi di successo e ricerche che non si può non conoscere: il successo di Coca Cola spiegato dal punto di vista neurale e altri casi di influenza legati sia al settore agro-alimentare, sia nei prodotti di lusso
- Effetto priming: perché se dico 5 volte mucca il mio cervello ne è influenzato e poi non so più ragionare come prima?

Il successo delle azioni di web marketing: come creare campagne memorabili e siti internet ad alto ritorno

- Come interpretare l'utente? Elementi chiave e alcuni esempi pratici
- Come rendere il proprio sito internet "memorabile"? Il ruolo delle percezioni sensoriali e delle emozioni
- Come incrementare il tasso di ritorno degli utenti? Aspettative, dopamina, ossitocina e piacere
- Usabilità: perché un sito bello poi non rende?
- Voglio fare un video virale da milioni di visualizzazioni ma senza spendere un euro, come faccio?

CATEGORIA A

soggetti insediati negli spazi di preincubazione di Trentino Sviluppo: Greenhouse (spazi di coworking presso Progetto Manifattura) e Starter (spazi di coworking presso Polo Meccatronica).

CATEGORIA B

soggetti insediati nei B.I.C. di Trentino Sviluppo (contratto di incubazione).

CATEGORIA C

soggetti iscritti a Start-Up Lab e Crash Course dell'Università degli studi di Trento, al premio D2T 2017, soggetti insediati negli spazi di preincubazione di Hub Innovazione Trentino.

CATEGORIA D

soggetti beneficiari di contributi nuova imprenditorialità (legge provinciale 6/99), beneficiari bandi Seed Money FESR.

CATEGORIA E

soggetti non ricompresi nelle categorie precedenti.

QUOTE DI ISCRIZIONE:

Categoria A e C

La partecipazione è gratuita

Categoria B e D

Modulo da mezza giornata € 56, da una giornata € 100, da due giornate ore € 140

Categoria E

Modulo da mezza giornata € 80, da una giornata € 140, da due giornate ore € 200

I seguenti moduli sono gratuiti previa iscrizione:

- **15 febbraio**
Innovare - Simulazione e prototipazione rapida
- **9 marzo**
Finanziare l'azienda - I sistemi di rating interni utilizzati dalle banche
- **15 marzo**
Finanziare l'azienda - Legge di stabilità
- **31 marzo**
Comunicare l'azienda - Gestire le notizie e i rapporti con i media
- **5 aprile**
Finanziare l'azienda - Workshop Equity crowdfunding
- **26 aprile**
Opportunità dell'Europa - SME Instrument
- **30 maggio**
Finanziare l'azienda - Come gli investitori privati valutano la tua impresa
- **4 luglio**
Comunicare l'azienda - Nuovi strumenti e linguaggi per la comunicazione aziendale
- **14 settembre**
Finanziare l'azienda - Workshop Reward based crowdfunding

MOOC

(vedi pagina 8)

La partecipazione è gratuita.

Masterweek - Europrogettazione

CATEGORIA A e C

La partecipazione è gratuita.

CATEGORIE B e D: € 180

CATEGORIA E: € 260

Masterweek - Internazionalizzazione

(vedi pagina 16)

LUOGO DI SVOLGIMENTO

I moduli si terranno presso Progetto Manifattura (Piazza Manifattura 1, Rovereto). Per esigenze logistiche, la sede potrebbe variare di volta in volta, previa comunicazione agli iscritti.

PER ISCRIZIONI

www.trentinosviluppo.it/innovation-academy

Tutte le tariffe si intendono al netto di IVA.

ALTAIR

È una multinazionale americana leader del settore, con uno staff di oltre 2 mila dipendenti e 44 sedi in Nord America, Europa e Asia/Pacifico. In Italia la sede principale è a Torino, oltre alla sede presso il Politecnico di Milano. Realizza e commercializza soluzioni software per creare e sviluppare prodotti con grande efficienza e qualità.

Sviluppa e brevetta software utilizzabili in maniera flessibile, graduale ed efficace. Ciò consente di ridurre il tempo di sviluppo di un prodotto, accelerare l'innovazione, migliorare la qualità alleggerendo nel contempo la struttura, e massimizzando così il ritorno dell'investimento.

BEOPLE

È la società punto di riferimento in Italia per il business design. Aiuta le aziende a innovare e sviluppare nuovi modelli di business e a implementare innovazioni strategiche in modo veloce ed efficace. Ha ideato e curato i principali portali italiani in materia tra i quali figurano BusinessModelCanvas.it, PersonalBizCanvas.it, BrandingCanvas.com e PersonalBranding-Canvas.com

È revisore tecnico dell'edizione italiana del sequel di Business Model Generation: Value Proposition Design®, scritto da Alexander Osterwalder, Yves Pigneur, Greg Bernarda e Alan Smith.

È revisore tecnico dell'edizione italiana del best seller internazionale Business Model You®, scritto da Tim Clark e Alexander Osterwalder, ideatori del metodo Canvas. È impegnata nella diffusione degli strumenti e della metodologia del business design attraverso la realizzazione di nuovi modelli e mappe visuali e interventi formativi e consulenziali in grandi aziende, organizzazioni e università in Italia.

ANDREA BOLNER

Laureato in Economia presso l'Università degli studi di Trento. Imprenditore digitale nel settore della sharing economy, consulente di management specializzato nello sviluppo di nuovi mercati e marketing internazionale. Ha maturato diverse esperienze come temporary manager. Formatore esperto nei temi di marketing e comunicazione, team building e leadership. Business angel, mentor e coach per varie startup innovative. Presidente e fondatore di BAN (Business Angel Network) Trentino.

EMANUELE BOMPAN

È un giornalista ed esperto di comunicazione. Si occupa di cambiamenti climatici, energia, green-economy, politica internazionale. Collabora con La Stampa, BioEcoGeo, Materia Rinnovabile. Ha scritto "Bioarchitettura" (Hachette ed.); "Il mondo dopo Parigi. L'accordo sul clima visto dall'Italia: prospettive, criticità e opportunità" (ed. Ambiente) e "Che cosa è l'economia circolare" (ed. Ambiente). Ha vinto per quattro volte l'European Journalism Center Grant, una volta la Middlebury Environmental Journalism Fellowship ed è stato insignito nel 2015 del premio "Giornalista per la Terra". Collabora con Trentino Sviluppo come consulente stampa per Progetto Manifattura.

CIAOTECH, Gruppo PNO

Multinazionale presente in 12 Paesi UE – supporta da oltre trent'anni piccole, medie e grandi imprese, oltre a università e centri di ricerca, nell'accesso ai finanziamenti pubblici specificamente in materia di ricerca, innovazione e sviluppo tecnologico.

Il Gruppo, con un team di 240 esperti tra cui ingegneri, chimici, fisici, avvocati e fiscalisti, segue azioni di trasferimento tecnologico e gestione dell'innovazione, attività di systematic innovation ed elaborazione di proposte progettuali a valere su fondi pubblici.

AUGUSTO COPPOLA

È direttore del programma di accelerazione di LVenture/LUISSENLABS e uno degli ideatori di InnovAction Lab, di cui è presidente. Laureato in Ingegneria, ha fatto parte del team dei fondatori di due startup internazionali, chiudendo accordi con clienti, partner e investitori in tre continenti. Oltre a essere uno dei fondatori di Roma Startup e co-chair della Governance di BAIA Italia, è advisor e board member di diverse startup innovative, mentor del Founder's Institute, speaker sui temi dell'innovazione e del rapporto tra startup e venture capital.

MARIELLA DI PINTO

Partner di IBS Italia e CoFounder del portale Exportiamo.it, esperta di finanza ordinaria e agevolata nazionale e internazionale, di finanza d'impresa e di processi di internazionalizzazione, docente della Business School del Sole24Ore, NIBI - Nuovo Istituto di Business Internazionale, IPSOA e Tem Academy dell'ICE.

EDUTECH

È una giovane impresa che studia e fornisce soluzioni interattive e multimediali per la formazione e la didattica a istituzioni educative e accademiche, aziende ed enti pubblici. Offre soluzioni tecnologiche costruite su misura per valorizzare le abilità e il talento delle persone, facilitare l'apprendimento collaborativo, la comunicazione e la crescita personale.

ENGINSOFT

È una società multinazionale, con sede a Trento, attiva soprattutto nel campo della Simulation Based Engineering and Science – SBE&S. Da oltre trent'anni eroga alle imprese un ampio ventaglio di prodotti e servizi che spaziano dalla vendita e personalizzazione di soluzioni software a servizi ad alto valore aggiunto quali: consulenza applicativa e metodologica, dall'alta formazione alla ricerca, e molto altro ancora. EnginSoft, oggi, è un team di oltre 120 tecnici specializzati che si distinguono per competenze tecniche multidisciplinari e capacità di adattarsi ad ogni contesto industriale e dimensioni aziendali: sia che si tratti di PMI che di grande gruppo industriale. Ha uffici e laboratori in Italia, Francia, Germania, Regno Unito, Svezia, Turchia e Stati Uniti e ha sviluppato strette partnership con aziende in tutto il mondo.

VITTORINO FILIPPAS

Manager, mentore di varie startup, formatore aziendale e consulente nei campi dell'innovazione, dell'internazionalizzazione e della cooperazione. È inoltre docente in due diversi master presso il Dipartimento di Economia e Management dell'Università degli studi di Trento e presso la Doctoral Training School organizzata dallo European Institute of Technology.

FINSERVICE

È una società di consulenza specializzata in agevolazioni per le imprese industriali a tutti i livelli: comunitario, nazionale, regionale. Contributi a fondo perduto, agevolazioni fiscali, energia ed esenzione delle accise: sono i motori che accendono l'impegno quotidiano di oltre 180 professionisti per le oltre 7 mila aziende per ottenere incentivi e contributi a sostegno dello sviluppo del proprio business.

ANDREA FERRETTI

Laureato a pieni voti in Economia presso l'Università degli studi di Ancona con specializzazione "credito e finanza", ha lavorato dapprima in Efibanca e quindi in Banco Popolare, curando i rapporti con le aziende corporate, coordinando attività commerciali e di marketing e predisponendo progetti di intervento, anche rientranti nella sfera del merchant banking, su aziende pubbliche e private di elevato standing. Dal 2009, per Banco Popolare, è stato docente della Scuola di formazione di Gruppo per i corsi di credito alle imprese, analisi di bilancio, rating e monitoraggio del credito. Collabora con numerose e prestigiose università italiane. Dal 2012 è docente nel corso di perfezionamento in Gestione delle Imprese Familiari presso l'Università degli studi di Verona. Giornalista pubblicitario, è autore di numerosi editoriali e articoli economico-finanziari (Repubblica.it, Messaggero.it, Virgilio Finanza; Teleborsa; Formiche.net, Tg com 24, MF Milano Finanza, Italia Oggi).

ALEARDO FURLANI

Ha oltre vent'anni di esperienza nel campo dei servizi per l'innovazione, il trasferimento tecnologico e il management strategico attraverso gestione di progetti nel campo della valutazione, revisione e monitoraggio di programmi di finanziamento e di ricerca e sviluppo europei, politiche e strategie per l'innovazione a livello europeo, nazionale e regionale e piani di sviluppo regionale per l'innovazione. Ha esperienza anche nel campo delle strategie di business, marketing internazionale nonché della governance aziendale nell'ambito della quale dal 2007 collabora con Trentino Sviluppo per il supporto alle PMI trentine attraverso una metodologia congiuntamente sviluppata.

ALESSIO GAMBINO

CEO di IBS Italia e fondatore del portale Exportiamo.it, esperto di commercio internazionale e di processi di internazionalizzazione, coordinatore MBA presso l'Università Guglielmo Marconi, docente della Business School del Sole24Ore, NIBI - Nuovo Istituto di Business Internazionale, IPSOA e Tem Academy dell'ICE, dott. commercialista e revisore legale.

HSL

Nata a Trento nel 1988 come prima azienda di rapid prototyping in Italia, oggi HSL è una "fabbrica duttile" attiva nel settore automotive – in particolare nelle produzioni low volume – e in quello del design di lampade, accessori moda e gioielli attraverso i brand .exnovo e .bijouets. Opera da sempre in settori ad altissima intensità di innovazione: lighting per le auto one & few off, additive manufacturing, validazione dei processi e qualifica dei prodotti. Cerca di coniugare perfezione tecnica e bellezza nella miglior tradizione culturale e industriale italiana, integrando un'avanzata capacità tecnologica alle lavorazioni artigianali di precisione. Grazie alle sinergie e alle collaborazioni con le università e le aziende che fanno parte della sua rete, ha sviluppato la flessibilità e le competenze necessarie per rispondere alle richieste dei clienti e per competere nei mercati globali.

RICCARDO LIBERATI

Formatore. Esperto in comunicazione. Regista teatrale. Sperimenta con notevoli risultati modalità di formazione attiva, esperienziale, realizzata attraverso il teatro. Il seminario che più significativamente rispecchia queste scelte formative è il corso di Public Speaking, forte di un'esperienza più che ventennale e realizzato per un gran numero di importanti aziende ed enti. In questi anni amplia il campo delle sue competenze di formatore affrontando gli aspetti legati alla comunicazione interpersonale (ascolto, empatia, gestione della conflittualità, uso del role playing) e di gruppo (attraverso i metodi attivi di drammatizzazione, gioco di ruolo, "teatro d'impresa").

EUGENIO LO MAGLIO

Possiede venticinque anni di esperienza nella formazione sul campo presso piccole, medie e grandi imprese su temi legati al marketing, negoziazione, comunicazione, sviluppo organizzativo, programmi di gestione e sviluppo del business. Formatore di formatori, vanta lunga esperienza nell'applicazione pratica e nella pianificazione di programmi/progetti formativi per le industrie in vari settori. Dal 1998 è consulente per l'internazionalizzazione rivolta alle industrie meccaniche e alimentari in collaborazione con il Senior Consultant responsabile per i progetti esteri della Fao.

GIACOMO MANZANA

È commercialista, revisore legale, pubblicitario e professore alla Scuola Superiore dell'Economia e delle Finanze. Si è occupato di operazioni di riorganizzazione societaria, di pianificazione fiscale e di ristrutturazione di aziende in crisi. Dal 2010 è socio dello Studio Manzana Olivieri Associati, specializzato nella consulenza e assistenza fiscale, societaria e finanziaria.

ANTONIO MARESCA

È consulente di marketing turistico alberghiero, è l'ideatore di WTM-Web Travel Marketing, una delle esperienze editoriali del settore turistico alberghiero più coinvolgenti e che ha visto partecipare, per circa due anni, una quindicina di professionisti del settore marketing. Da sempre punto di riferimento della consulenza italiana, sa leggere le dinamiche del lavoro online in anticipo e con un'interpretazione sempre corretta. Un personaggio autorevole in un panorama sempre più difficile e competitivo.

ANDREA MOLINARI

È laureato in Economia, si occupa di ricerca nell'ambito delle tecnologie informatiche avanzate, in particolare nel settore della reingegnerizzazione dei processi, delle applicazioni internet legate al project management e all'e-learning, ha circa 200 pubblicazioni in libri, riviste e conferenze scientifiche. Dal 1990 è docente universitario presso l'Università degli studi di Trento nell'ambito dell'Information and Communication Technology e del Project Management; dal 2003 insegna anche presso la Libera Università di Bolzano e dal 2007 presso la Abo Akademi in Finlandia. È un Early Adopter e Beta Tester del Microsoft Project e della Piattaforma Project Server dal loro esordio sul mercato, opera come consulente nel settore degli strumenti e delle tecnologie a supporto delle attività di Enterprise Project e Portfolio Management. Si occupa di consulenza nel campo del Software Project Management per la gestione secondo le metodologie PMI di progetti software e progetti europei.

NEUREXPLORE

Interviene per aumentare l'efficacia delle operazioni di sviluppo aziendale e fornisce alle aziende un supporto per realizzare strategie efficaci, basate su conoscenze comportamentali e neuro-cognitive e dati oggettivi derivati da ricerche realizzate sia al suo interno, sia in ambito scientifico internazionale. Ha come punto di forza l'integrazione tra diversi campi di interesse e competenza.

ALBERTO NUCCIARELLI

È ricercatore (tenure-track) presso il Dipartimento di Economia e Management dell'Università degli studi di Trento. Dopo il post-dottorato presso la Eindhoven University of Technology-TU/e (Paesi Bassi), Alberto è stato Research Scientist presso Philips Research (High Tech Campus, Eindhoven) e Research Fellow presso la Faculty of Management di Cass Business School (City University London) di cui è attualmente Honorary Visiting Fellow. Si occupa di digital economy e il suo lavoro di ricerca riguarda i modelli di business e loro innovazione, smart cities, Internet of Things (IoT), e la definizione delle strategie aziendali in presenza di innovazione tecnologica. È autore di pubblicazioni su riviste internazionali peer-reviewed come ad esempio Journal of Business Research, Production Planning and Control, Technological Forecasting & Social Change e Government Information Quarterly. Membro dell'Academy of Management, frequenta le principali conferenze internazionali in tema di management e gestione dell'innovazione dove presenta regolarmente i suoi lavori di ricerca.

NICOLA REDI

Nicola Redi, Direttore Investimenti di Vertis SGR, è stato in precedenza Chief Investment e Technology Officer in TTVenture. Ha inoltre ricoperto posizioni di responsabilità a livello globale ed europeo nell'R&D di Pirelli Pneumatici e American Standard. È membro dell'High Level Group for Innovation Policy Management, iniziativa del Consiglio degli Stati Europei. Ha conseguito una laurea in Ingegneria Aeronautica al Politecnico di Milano, un MBA presso l'Università Bocconi di Milano e un PhD presso l'Aston Business School di Birmingham (UK). Vertis SGR è una società di gestione del risparmio indipendente che gestisce fondi di venture e growth capital per imprese del Made in Italy innovativo e l'high tech industriale europeo.

ALESSANDRO ROSSI

È professore aggregato in Economia e Gestione delle Imprese presso il Dipartimento di Economia e Management dell'Università degli studi di Trento, dove tiene i corsi di Decisioni per il Management, Start-Up Lab, e il modulo di Modelli di Business per gli Open & Big Data. Coordinatore del programma di Innovation & Entrepreneurship Education per il Trento Doctoral Training Centre presso EIT Digital, dove tiene i corsi di Business Model Development e Growth & Harvest. In passato ha tenuto insegnamenti di Digital Competitive Strategy, Innovation Management, Social Innovation. Organizzatore (Startup Weekend Bolzano) e mentor (Startup Weekend Trento, Lean Startup Machine, Allora Crealo!) in vari eventi di educazione all'imprenditorialità. Formatore aziendale su temi di corporate lean venturing. Consulente, advisor, mentor per diverse startup innovative dell'ecosistema imprenditoriale locale (Innovie, SkipassGo, Shelly, HTC Bio Innovation, Learnscapes). Autore di vari contributi scientifici in tema di innovation management, con particolare attenzione ai nuovi modelli di business in regime di innovazione aperta (open innovation).

STARSUP

È una società che si occupa della gestione di un portale di equity crowdfunding. Il portale StarsUp svolge la propria attività su tutto il territorio nazionale e ha sviluppato una consolidata esperienza di mercato e un eterogeneo e qualificato network istituzionale e professionale.

STUDIO BONINI

È una società di servizi che dal 1980 si occupa di proprietà industriale nel nord Italia. Offre servizi a 360° per la protezione e la valorizzazione delle opere dell'ingegno, dalla stesura di brevetti al deposito dei marchi, alla protezione del design e copyright, fino all'assistenza legale, alle licenze, nonché alla formazione rivolta alle aziende che desiderano innovare i loro prodotti.

UPSENS

È una start up innovativa con sede legale e operativa a Trento. UpSens è una famiglia di dispositivi con focus principale sulla "qualità della vita". Detiene specifico know how in ambito sensori ed elettronica (hardware e firmware). L'attività prevalente è la progettazione, lo sviluppo, la produzione e la commercializzazione di dispositivi portatili per il monitoraggio di elementi fisici, comunemente presenti nell'ambiente.

WEARESTARTING

È una società che si occupa della gestione di un portale di equity crowdfunding per mettere in contatto investitori da una parte e startup innovative e PMI innovative dall'altra. WeAreStarting seleziona le migliori imprese innovative e le propone agli utenti, che possono investire direttamente diventando soci della società.



Trentino Sviluppo

Via Fortunato Zeni 8 - 38068 Rovereto Italy

+39 0464 443111

luca.capra@trentinosviluppo.it

www.trentinosviluppo.it

