



**The Digital  
Mindset**

**competenze cognitive e relazionali per la DT**

## OBIETTIVI DEL CORSO

- 1 Conoscere gli elementi chiave della DT
- 2 Conoscere le conseguenze della DT sulle organizzazioni e il modo di lavorare
- 3 Sapere quali sono le competenze richieste
- 4 Avere indicazioni su come svilupparle



ASPETTATIVE



## DIGITAL READINESS



**Digital isn't software,  
it's a mindset.**

**Aaron Dignan**

I robot?

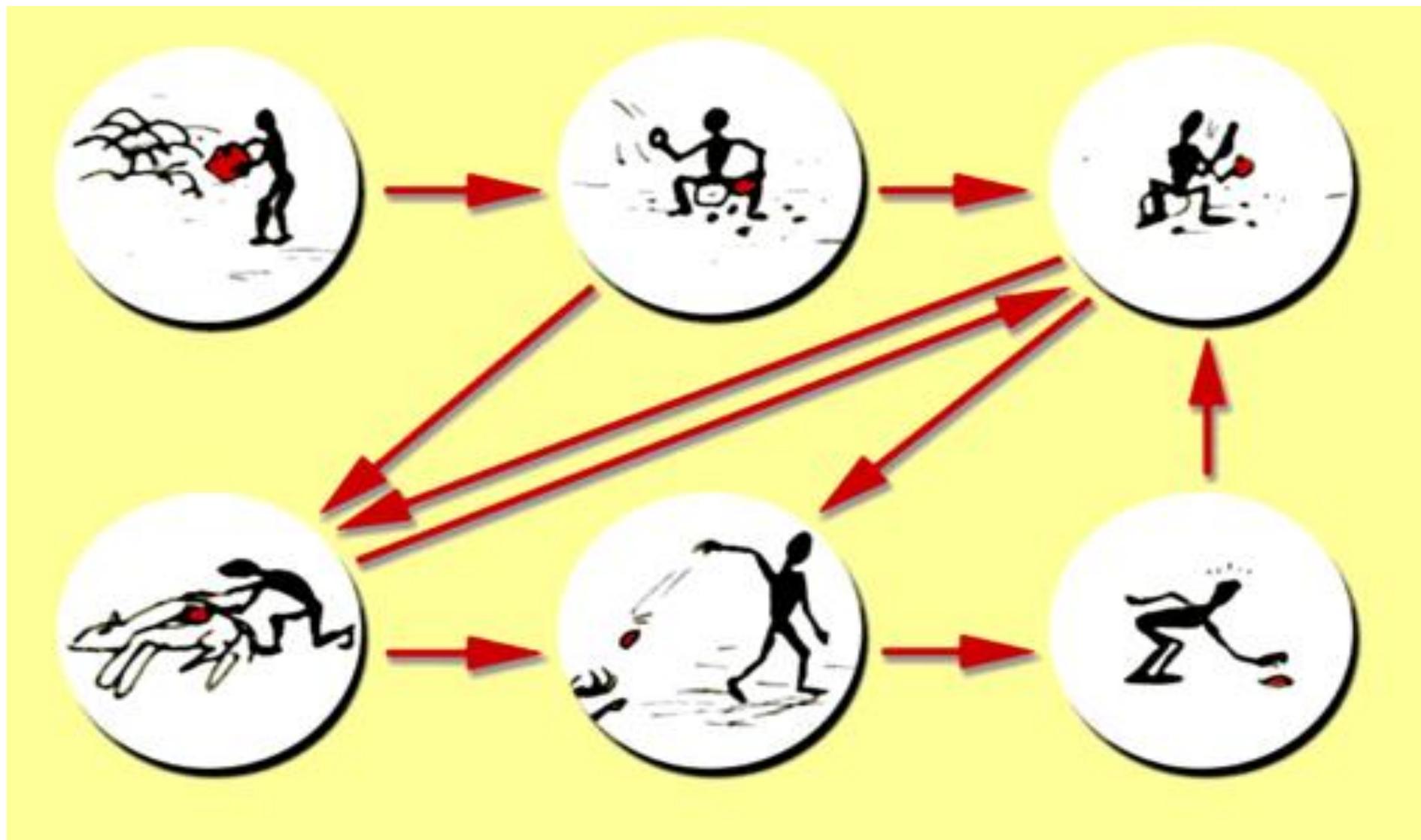
I robot ci  
ruberanno il  
lavoro!

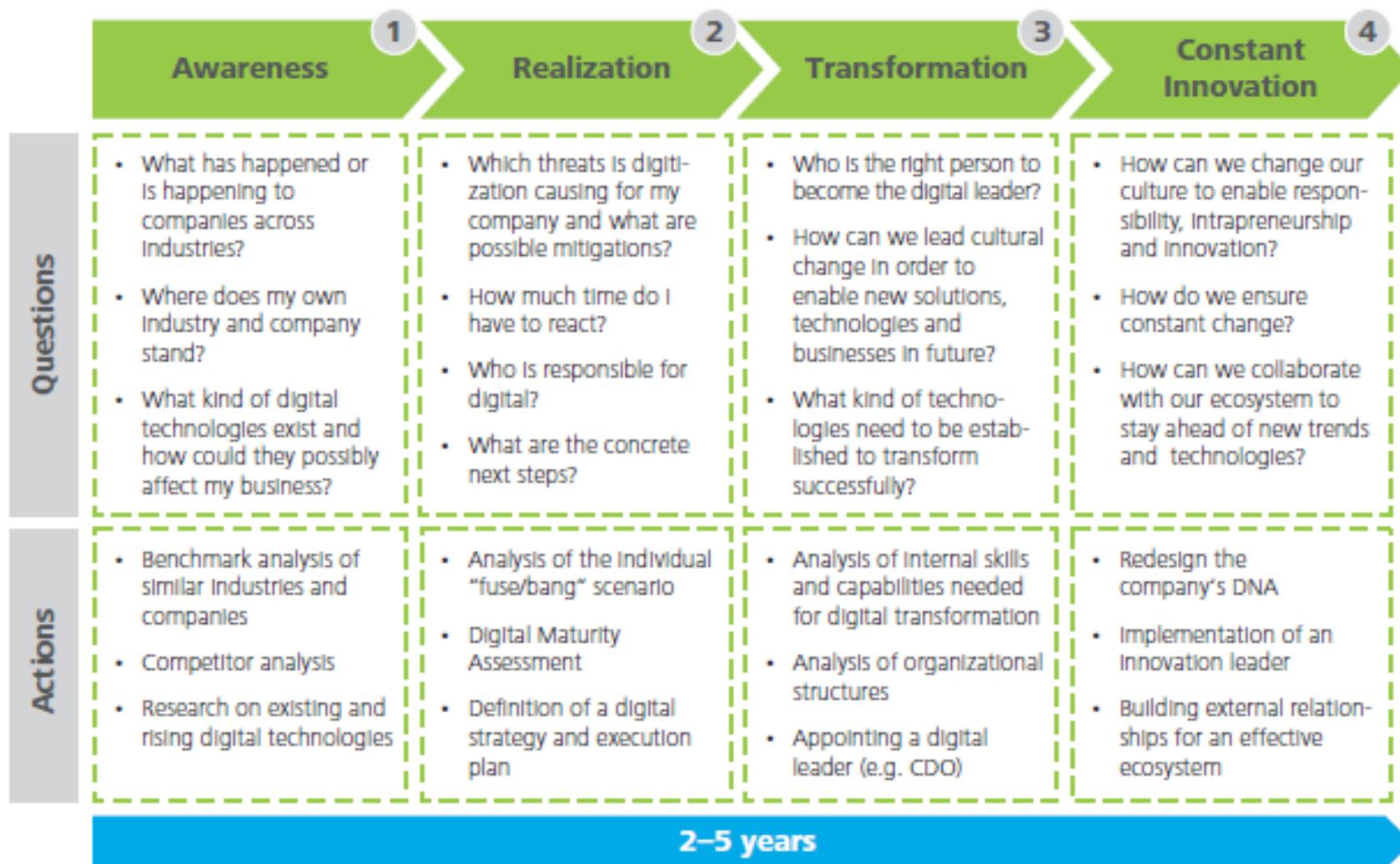


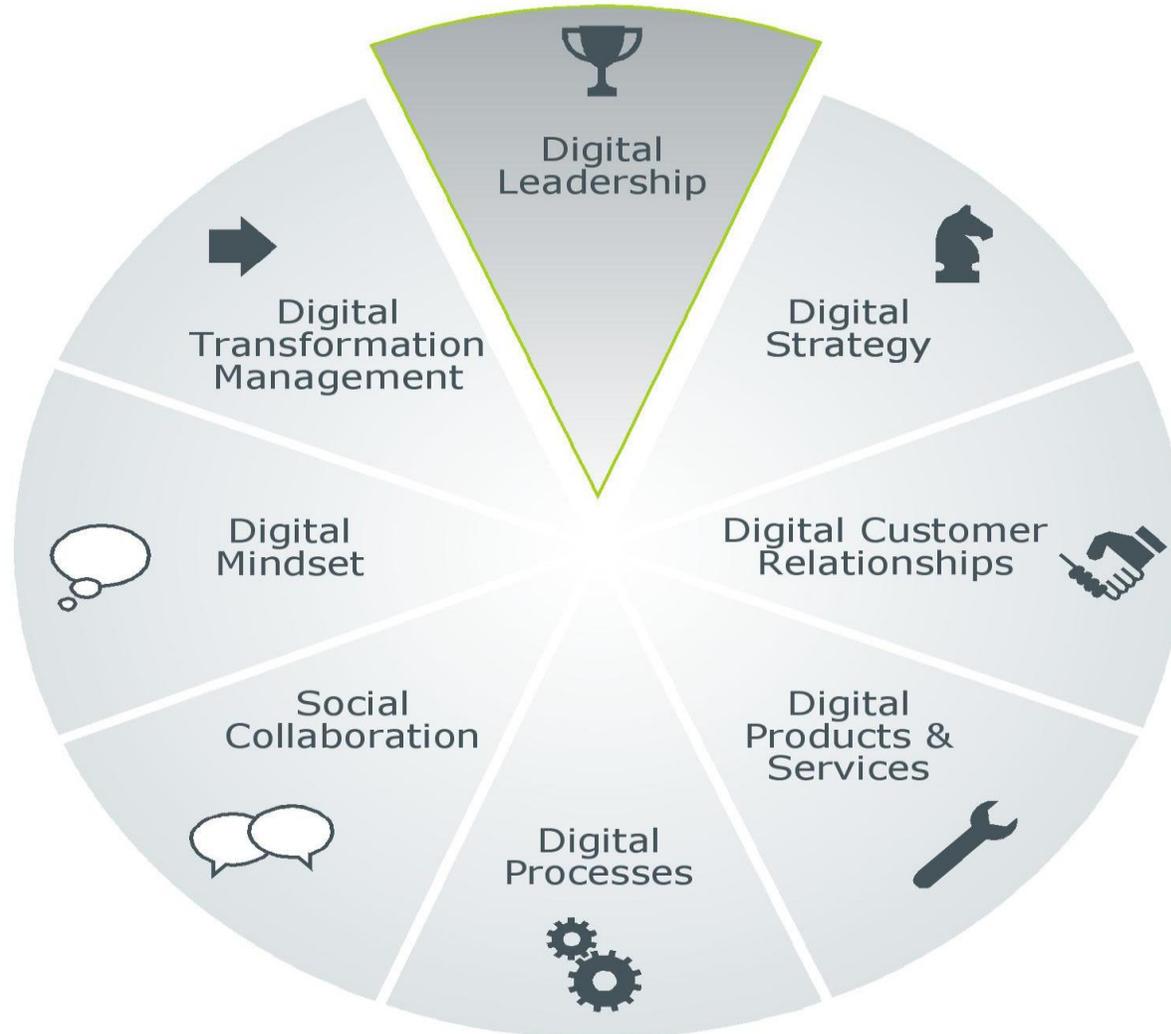
# L'intelligenza artificiale consente l'umanità nelle risorse umane



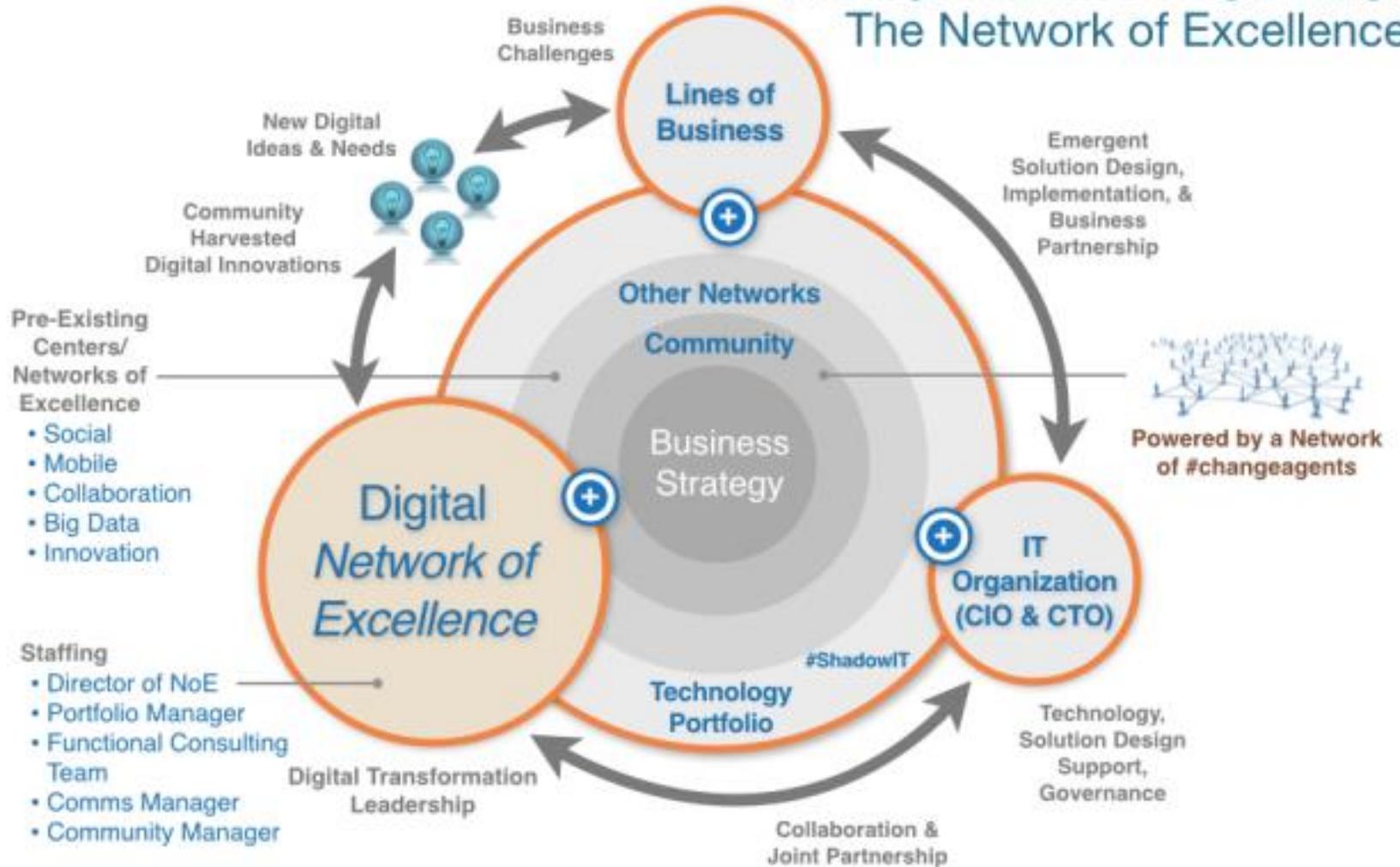
# TECNOLOGIA







# An Emergent New Model for Digital Change: The Network of Excellence



WORLD CAFE'



Quali sono le pratiche di digitalizzazione recentemente introdotte nel tuo lavoro?

E nel lavoro di colleghi?

Come le giudichi quanto a efficienza / utilità?

Qual è la pratica di digitalizzazione che ha avuto maggiore impatto nel tuo lavoro?

Qual è la pratica di digitalizzazione che ha avuto maggiore impatto nella tua azienda?

Che effetti hanno causato?

Quali sono le pratiche di digitalizzazione che a quanto sai verranno introdotte a breve nella tua azienda?

Quali sono le pratiche di digitalizzazione che secondo verranno introdotte entro un paio di anni nella tua azienda?

Che effetti causeranno?

C  
A  
S  
E  
S  
T  
U  
D  
I  
E  
S

## CASE STUDIES: SHARING ECONOMY

**Uber**, la più grande società al mondo di taxi, **non possiede automobili**;

**Facebook**, il social media più popolare al mondo, **non crea alcun contenuto**;

**Airbnb**, il più grande fornitore al mondo di ospitalità, **non possiede alcun immobile**;

**Amazon**, il più grande commerciante al mondo, **non ha una catena di negozi**.

Questo modello economico del "*non possesso*" ha successo perché per l'azienda significa investire il minimo possibile nella parte costosa del business ( quella dei beni capitali e della produzione) e **puntare tutto, invece, sull'interfaccia con l'utente** ovvero la parte con i margini di profitto più alti.

Secondo il dossier PwC «The Sharing Economy», la sharing crescerà del 3000% dal 2015 al 20130.

Gnammo è una piattaforma collaborativa per organizzare un Home Restaurant a casa propria, “spostando il modello di business di AirB&b dalle lenzuola alla tavola”.

Su Gnammo un cuoco pubblica per un pranzo privato menù, giorno e ora previsti; uno ‘gnammer’ sceglie un evento e, se accettato a condizioni concordate, partecipa e infine posta i propri commenti.

Seguendo il modello ‘circolare e post industriale’ della sharing economy, al produttore di servizi e al consumatore, Gnammo contrappone la figura ibrida del **prosumer** (producer – consumer)

Il Prosumer in Uber o in Blablacar dà o trova un passaggio a pagamento o in car pool, in AirB&b prende o dà in affitto un locale: su Gnammo è volta a volta gnammer o cuoco.

### REALTÀ AUMENTATA

La Realtà Aumentata prevede l'utilizzo di dispositivi mobili come smartphone o tablet, oppure di device di ultima generazione come visori e occhiali 3D.

Sono molti i campi di applicazione: comunicazioni aziendali, manifattura, analytics, progettazione dei prodotti, formazione, marketing, servizi sul campo, logistica.

Quest'ultima verrà rivoluzionata e migliorata in termini di velocità, accuratezza, sicurezza e consegne **“seamless”**.

Ad esempio, un operatore che lavora alla logistica di un grande magazzino potrebbe, attraverso un'app che riconosce il luogo esatto dove si trova, vedere proiettati sugli occhiali smart tutte le informazioni di cui ha bisogno per trovare i prodotti da spedire e le indicazioni sul tragitto più breve.

DHL ha avviato nel Marzo 2018 un programma pilota per assicurare ai venditori online la **consegna nello stesso giorno e nel giorno successivo all'ordine**.

Per gestire le consegne del commercio elettronico, la società tedesca ha sviluppato apposite **nuove tecnologie**, in particolare, robot collaborativi (cobot) LocusBots e Sawyer e visori a realtà aumentata per gli operatori.

Il LocusBot è un carrello a guida autonoma della Locus Robotics che lavora con gli operatori nelle attività di picking, mentre il Sawyer della Rethink Robotics è un braccio automatico molto flessibile e autonomo, usato nella produzione e nella logistica.

VIDEO: <https://www.youtube.com/watch?v=CMwlgXcPVAR8>

L'Era del Cliente.

L'affermarsi delle tecnologie digitali, mobile e social media in particolare, ha accelerato il trasferimento del potere decisionale dall'azienda al cliente, che diventa il vero protagonista dell'esperienza di acquisto. S

i tratta di uno scenario radicalmente diverso rispetto all'era in cui il cliente, sostanzialmente 'eterodiretto', adeguava i propri bisogni all'offerta delle aziende.

Oggi sono le aziende che devono anticipare 'sogni e bisogni' dei clienti per entrare in  
. sintonia profonda con loro.

Il venditore assume sempre più il ruolo di un consulente che deve saper intercettare e interpretare i bisogni del cliente, mentre la Digital Customer Journey assume un ruolo centrale: <https://www.youtube.com/watch?v=FAVxa1AsKfU>

Quando si parla di Customer Relationship Management si pensa a un CRM focalizzato sul tema dell'experience, fino a declinarsi in **Customer Experience Management**.

È un CRM che prende in considerazione tutti i **touchpoint** e tutto il percorso analogico e digitale attraverso il quale un utente interagisce con un brand.

Se è vero, come è vero, che un utente oggi unisce alle tradizionali esperienze in-store anche un mix di esperienze virtuali-digitali, allora diventa necessario che le piattaforme di CRM evolvano e si arricchiscano di nuove funzionalità, incluse data analytics e intelligenza artificiale, arrivando anche a integrarsi con le data management platform.

È il caso di Lowe's, negozio di articoli per la casa negli Stati Uniti che ha implementato una serie di funzionalità per semplificare l'esperienza di acquisto fisico in passato, tra cui un'app mobile che consente agli utenti di accedere all'inventario dei negozi in tempo reale e contattare il personale per le richieste di informazioni.

Proprio di recente, ha anche annunciato la nuova app 'Lowe Vision: In-Store Navigation' con tecnologia AR. L'app fornisce mappe per interni che consentono ai clienti di cercare e trovare rapidamente oggetti in negozio.

- Riconoscendo che la maggior parte delle persone si sente sopraffatta dalla quantità di prodotti disponibili (e dal livello di sofisticazione della tecnologia intelligente), il concetto mira a eliminare l'incertezza e ad infondere fiducia nei consumatori.

<https://www.youtube.com/watch?v=KAQ0y19uEYo>

## CASE STUDIES: ROBOT COMMESSI?

Amelia robot è un assistente virtuale, un robot segretaria che apprende in pochi istanti e grazie all'intelligenza artificiale non conosce cali di rendimento.

Amelia è un robot cognitivo pensato per lavorare in azienda, principalmente nell'ambito dell'assistenza ai clienti. Progettato e sviluppato da IPsoft, società statunitense specializzata nel campo della robotica e dell'Information Technology, può essere utilizzato nel settore bancario, assicurativo e in tutti quegli ambiti che prevedono un contatto con il pubblico.

I risultati delle prime simulazioni sono stati confortanti: testato in un'azienda con una media di 65 mila interazioni telefoniche al mese, Amelia robot è riuscito a gestire il 64% delle richieste di assistenza, abbattendo i tempi di chiamata da 18 a 4 minuti e mezzo.

<https://www.youtube.com/watch?v=k31W34IMmB8>

## CASE STUDIES: ROBOT COMMESSI?

Pepper, robot umanoide creato dal gruppo giapponese SoftBank: un vero e proprio commesso inanimato in grado di vendere pizze o macchine da caffè ai clienti o anche di fornire assistenza di tipo sanitario. Nei luoghi dove è stato testato questo umanoide altro circa 1,20 centimetri ha contribuito a incrementare le vendite dal 20 al 70%.

Tra i primi grandi acquirenti di Pepper c'è **Nestlé**, che ne ha dispiegato un piccolo esercito nei propri negozi per vendere le macchine per fare il caffè. **MasterCard** invece ha invece “incaricato” il robot di prendere gli ordini e processare i pagamenti negli spazi di **Pizza Hut** in un progetto pilota che si svolge a Taipei, nell'isola di Taiwan. L'idea è di lanciarlo in grande scala in Asia nei prossimi sei mesi.

<http://tribunatreviso.gelocal.it/treviso/cronaca/2017/12/05/news/e-made-in-treviso-pepper-il-primo-robot-umanoide-assunto-da-un-albergo-1.16202226>

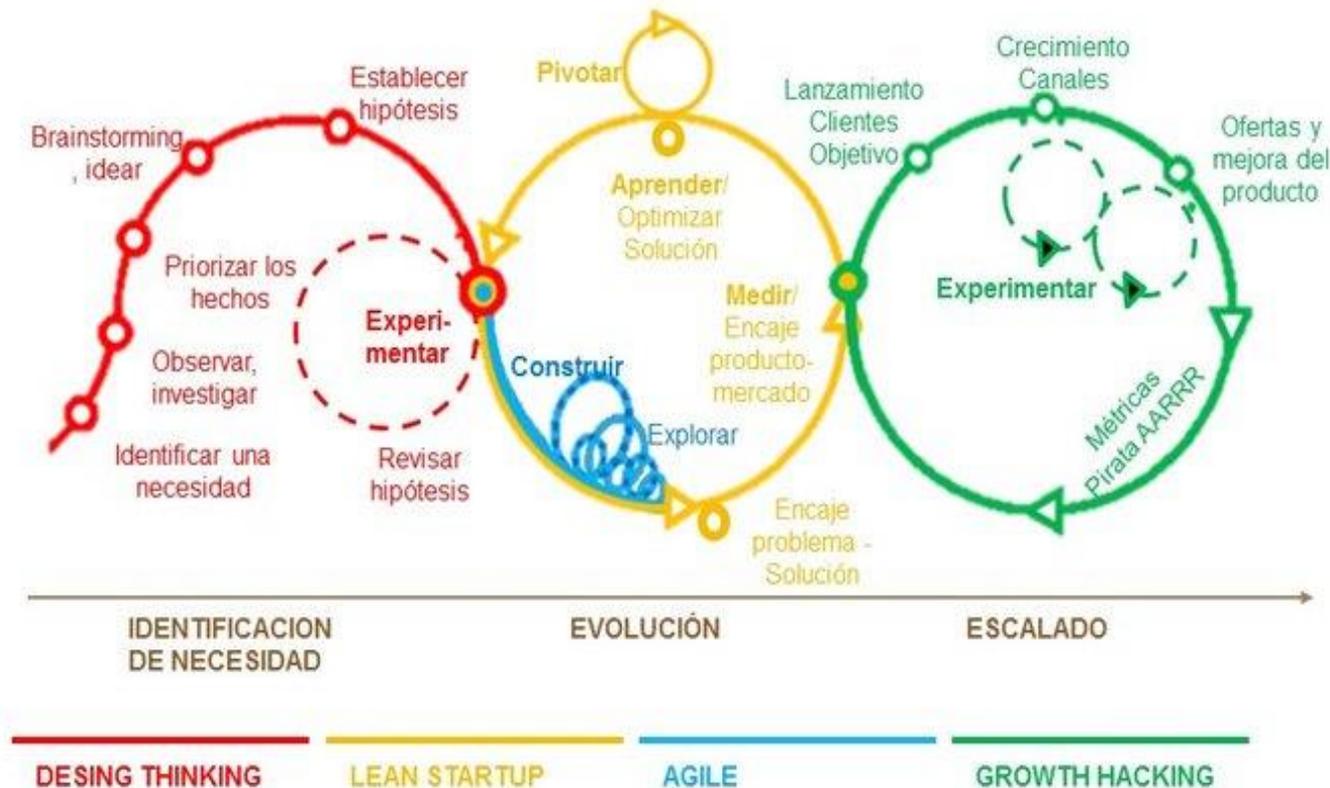
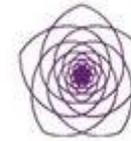


# SOCIAL ORGANIZATION

## MODELLO DI SVILUPPO DELLA SOCIAL ORGANIZATION: I 48 CLUSTER

	STADIO 1 GERARCHIA/BUROCRAZIA	STADIO 2 COMUNITA' EMERGENTI	STADIO 3 COMMUNITY DIFFUSE	STADIO 4 RETE
<b>CULTURA</b>	REATTIVA	CONTRIBUTIVA	EMERGENTE	CO-GENERATIVA
<b>STRATEGIA</b>	RIGETTO o ASCOLTO	PARTECIPAZIONE	COSTRUZIONE	INTEGRAZIONE
<b>LEADERSHIP</b>	COMANDO E CONTROLLO	CONSENSO	COLLABORATIVA	CONVOCATIVA
<b>COMMUNITY MANAGEMENT</b>	NESSUNO	INFORMALE	RUOLI E PROCESSI DEFINITI	RUOLI E PROCESSI INTEGRATI
<b>CONTENUTI</b>	FORMALI E STRUTTURATI	PARZIALMENTE USER GENERATED	CREATI DALLA COMMUNITY	INTEGRATI E USER GENERATED
<b>GOVERNANCE</b>	NESSUNA GUIDELINE	RESTRITTIVA	FLESSIBILE	INCLUSIVA
<b>STRUMENTI</b>	INDIVIDUALI	SELF SERVICES	IN PARTE AZIENDALI	"SOCIAL" AZIENDALI
<b>METRICHE</b>	EMPIRICHE/ SOGGETTIVE	TRACCIAMENTO ATTIVITA'	ATTIVITA' E CONTENUTI	COMPORAMENTI E RISULTATI
<b>GESTIONE HR</b>	FAMIGLIE PROFESSIONALI/FUNZIONI	COMUNITA' DI PRATICA	LEARNING COMMUNITY	INTEGRATED COMMUNITY
<b>LEARNING</b>	AULA /E-LEARNING E KNOWLEDGE MNGT.	STORITELLING/ WEBINAR/WIKI	SOCIAL LEARNING/GAMING	AUTOSVILUPPO
<b>COMUNICAZIONE INTERNA-ESTERNA</b>	TOP DOWN/BROADCASTING O.D.S./MANUALE ORGANIZZATIVO	INTRANET/ CORPORATE BLOG	SOCIAL MEDIA/ BARCAMP/PITCH ELEVATOR	PIATTAFORME CONDIVISE INTERNO-ESTERNO
<b>CORPORATE RESPONSIBILITY/ MARKETING</b>	ASSENTE O RETORICA /SOCIAL MEDIA MARKETING INGENUO	SOCIAL INNOVATION/ MEDIA MKT VALORALE	PROGRAMMI DI SOSTENIBILITA'/ WIKIBRANDING	SOCIAL CORPORATE IDENTITY

# Hibridación entre Design-Thinking, Lean, Agile y Growth Hacking



# Le persone del team



belbin.com

- **“Plant”**: creativa e brava a risolvere i problemi in modi non convenzionali. Uno per team.
- **Monitor Evaluator**: il logico, prende decisioni imparziali e pesa in modo razionale le opzioni del team.
- **Co-ordinators**: aiuta a mantenere il focus del team, fa emerge i membri del team e delega in modo appropriato.
- **Resource Investigators**: migliora i processi e porta la voce del team fuori.
- **Implementers**: il motore che pianifica strategie efficaci e le porta a compimento.
- **Completer Finishers**: intervengo alla fine per completare il task rimuovendo errori e ottimizzando la qualità.
- **Teamworkers**: sono il collante del team, si identificano con il team e aiutano nel lavoro di squadra.
- **Shapers**: il leader, fa in modo che il team non perda focus e spinta.
- **“Specialist”**: ha una conoscenza molto specifica nella key area del progetto. emerged.

# Scrum Master



- Una persona con background differenti, es: Engineering, Testing, Quality Control, Product Management, Project Management
- Energica e umile
- Dedicata full-time su grossi progetti
- In Team piccoli può essere un membro del Team
- **ATTENZIONE** PM o Team Leaders che diventate Scrum Master: dovete cambiare molto il vostro approccio, è un lavoro completamente diverso!



**Favorire l'auto-organizzazione!**

# Scrum Master



## Cosa fa



- Tutor del team
- Aiuta Team e PO ad avere successo nel progetto
- Protegge il Team dai fattori esteri
- Facilita le relazioni
- Toglie gli impedimenti
- E' al servizio del Team
- Aiuta a capire il flow-value dello Scrum

## Cosa non dovrebbe fare



- Il project manager
- Il team leader
- Il product owner
- Assegna Task
- Dice alle persone cosa fare

# Scrum roles – note importanti



- Scrum Master e Product Owner **NON** possono essere lo stesso individuo
- E il Project Manager? **NON ESISTE!**
- I ruoli di PM sono divisi tra i tre ruoli di Scrum:
  - Scrum Master
  - Product Owner
  - Team
- Un cambio di approccio è fondamentale!
  
- Passare da assegnare attività e verificare lo stato (SAL) a
  - **Aiutare, supportare, fare coaching e mentoring, rimuovere gli impedimenti**
  - **Essere al servizio del team!**





# 10 CRITICAL SKILLS YOU'LL NEED TO SUCCEED AT WORK IN 2020



1



**SENSE  
MAKING**

2



**SOCIAL  
INTELLIGENCE**

3



**NOVEL  
AND ADAPTIVE  
THINKING**

4



**CROSS  
CULTURAL  
COMPETENCY**

5



**COMPUTATIONAL  
THINKING**

6



**NEW MEDIA  
LITERACY**

7



**TRANS  
DISCIPLINARY**

8



**DESIGN  
MINDSET**



9



**COGNITIVE  
LOAD  
MANAGEMENT**

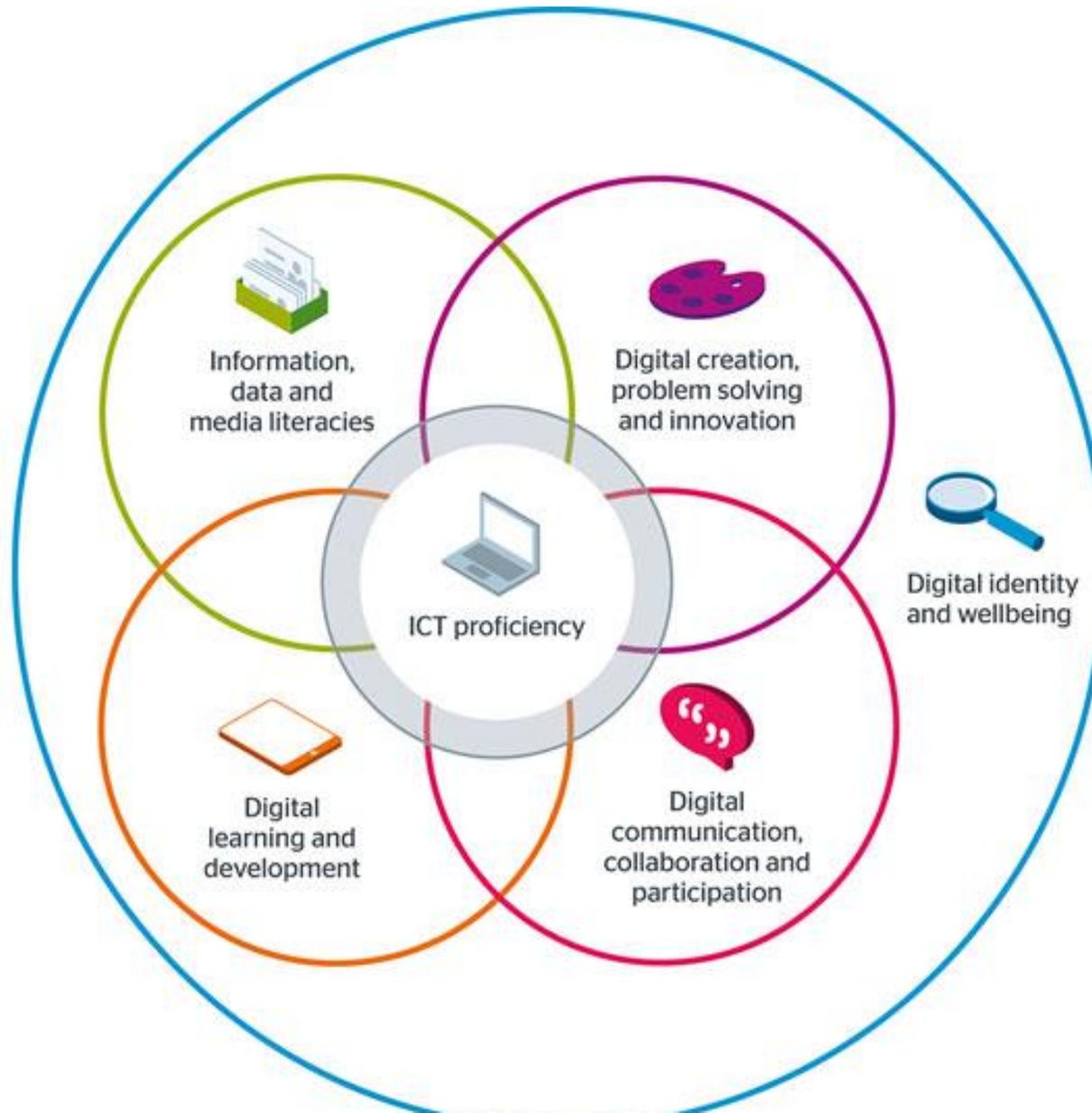
10



**VIRTUAL  
COLLABORATION**

Presented by Larry Kim  
@larrykim

# DIGITAL MINDSET



Il mercato del lavoro è destinato a cambiare fortemente, in direzione di una sempre maggiore individualità dei talenti. Ciascuno di noi avrà un valore che sarà funzione della propria capacità di essere credibile, di comunicare e di influenzare gli altri. Cinque sono quindi gli skills che possiamo individuare pensando a questa nuova dimensione di **brand ambassador**, che rendono appetibile un individuo per l'azienda di oggi e che insieme costituiscono il suo bagaglio di **employability** esterno.

Nello specifico i cinque "super poteri digitali" sono: knowledge networking, virtual communication, digital awareness, creativity, self empowerment.

**Knowledge networking** significa mettere a disposizione la propria conoscenza e svilupparla nel tempo all'interno di comunità di esperti. In un'epoca di knowledge working la conoscenza si sviluppa sempre più ai confini dell'organizzazione e se c'è un'intelligenza collettiva amplificata, l'azienda diventa veloce, permeabile alle idee. **Virtual communication** è la capacità di esprimere proprie le idee e la propria leadership con efficacia in un mondo virtuale e non fisico, la capacità di lavorare attraverso team dispersi: ad esempio come si fa team building nello smart working? La **digital awareness** è la saggezza digitale, il comprendere gli impatti positivi e negativi che possono derivare dalla propria azione nel digitale. L'attenzione alla confidenzialità dell'informazione, il sapere dove e come esse possono venire condivise. È un buonsenso che tendiamo a perdere di fronte al digitale e le nuove generazioni su questi sono molto fragili. Con **creativity** si intende che nello sviluppo dei contenuti e nell'uso di nuovi canali occorre saper fare diversamente le cose che l'azienda fa già. I nuovi strumenti sono disponibili per tutti, la differenza la fanno la velocità e la capacità di comunicazione e coinvolgimento, bisogna usare il digitale per fare diversamente. Infine il **self empowerment** è non aver paura del cambiamento, lo sviluppare un atteggiamento positivo verso il nuovo.

**“Nothing is constant but change. All existence is a perpetual flux of ‘being and becoming’. That is the broad lesson of the evolution of the world.”**

— Ernst Haeckel, 19th century biologist, philosopher and artist

## DIGITAL MINDSET



# What is The Digital Mindset?

[Technology, Networks and Culture]

- Viewing the world not only in atoms but in bits
- Turning fear of failure into contagious curiosity
- Being open-minded, perpetually learn and share
- Experiment, collaborate and stay fluid and present
- Fall in love with the problem, not just your solution

# How to lead Digital Transformation

A surreal image of a pig flying in the sky above a factory with two tall smokestacks. The pig is pink and appears to be in mid-air, with a small trail of smoke behind it. The factory is a large, dark structure with two prominent, tall, cylindrical smokestacks that are illuminated from below, giving them a golden glow. The sky is a mix of blue and orange, suggesting a sunset or sunrise. The overall scene is a juxtaposition of the natural world (the pig) and the industrial world (the factory).

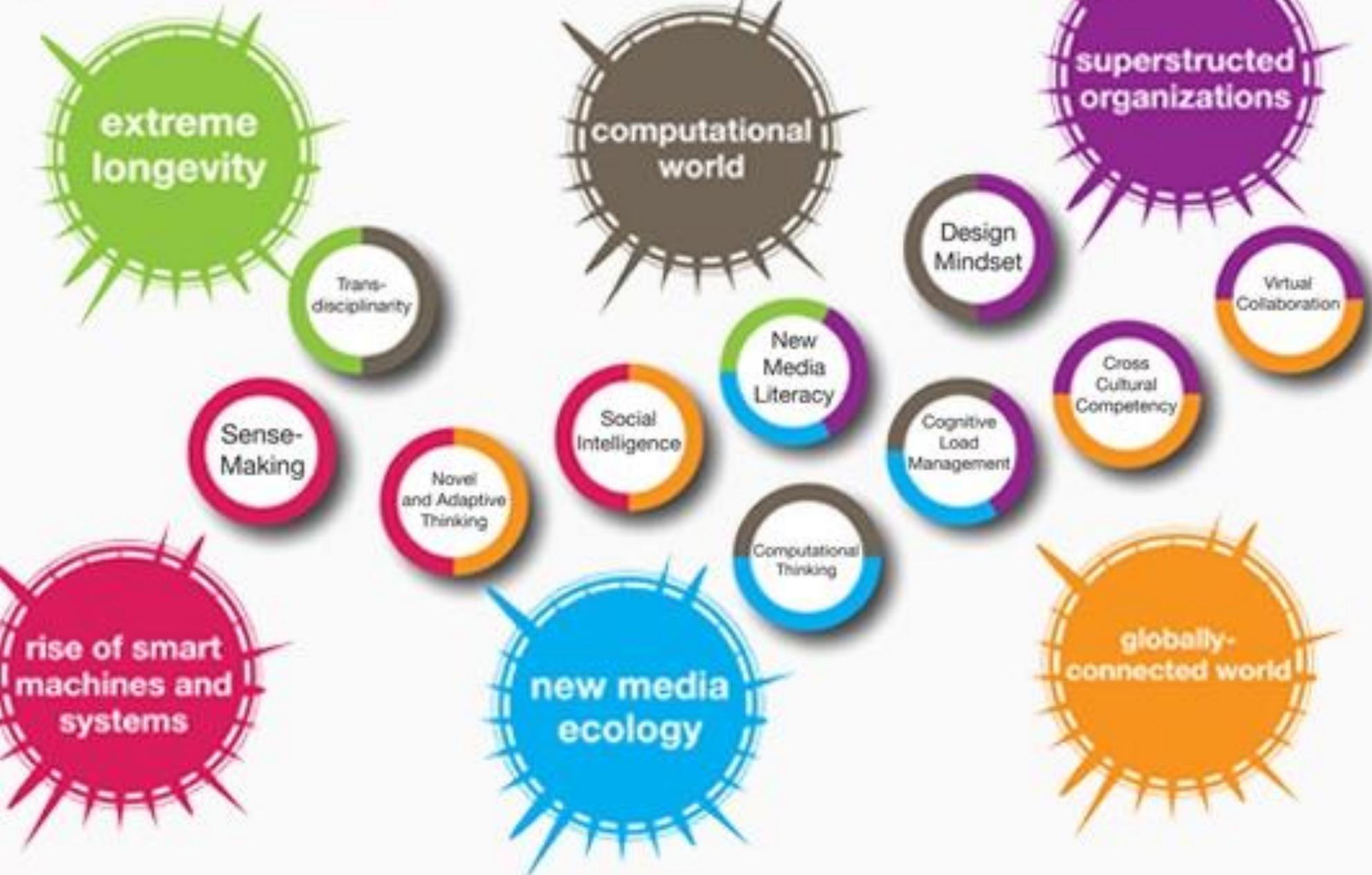
- Free up time for discovery
- Explore emerging technologies
- Experience collaborative culture
- Rapidly prototype new ideas and business models
- Focus on purpose, culture and user experience

# Digital Mindset: IT Impact

	<b>Traditional</b>	<b>Digital</b>
<b>Strategy</b>	Efficiency	Innovation
<b>Culture</b>	Hierarchy	Collaboration
<b>Talent</b>	Low cost	High skill
<b>Technology</b>	Legacy	Cloud, mobile, apps
<b>IT Philosophy</b>	Default to "No"	Default to "Yes"
<b>Project management</b>	Waterfall	Iterative (agile)
<b>Business model</b>	Service & support	Relationship & partner



# Skills 2020



# Change mindset

Source: [agenceAnge+1](#)

<b>Classical mindset</b>	<b>Digital mindset</b>
Vertical	Horizontal
Control	Freedom
Hierarchy	Network
Creation	Reusing
Building	Incrementation
Structure	Agility
Property	Open source
Do what is best	Do what is good
Company centric	People centric
Value of holding information	Value of sharing information
Intelligence of experts	Collective intelligence
Production	Contribution
Status	Content
Message	Proof
Formal	Casual
Sedentary	Nomadism
Social dependency	Autonomy
Validation	Moderation
Arguments	Visuals
Evaluation	Measure
Planification	Trial

who

who

who

PERSONAL BRANDING

who

WHO

who

who

ARE

who

YOU

who

who



**CHANGE MINDSET!**



**The Digital  
Mindset**

**GRAZIE!**