Lezione del 2024-10-21-20241021_185438-Registrazione della riunione

21 ottobre 2024, 04:54PM

1 h 20 m 6 s

SANTE DOTTO trascrizione avviata

SANTE DOTTO 0:11

E condivido l'ultima slide con cui ci eravamo lasciati la settimana scorsa.
E in cui vi mostravo ecco dimostravo sulla base di uno splendido disegno autografo.
Se lo vedete qual era poi la soluzione?
Allora la soluzione, come come accennavamo, era quella di coinvolgere gli studenti che che vivono in quel territorio.
E vi ricordate?
Abbiamo preso il tratto dell'appia antica tra Melfi e venosa, quindi siamo siamo in Basilicata.
E oltretutto l'ambizione è questo coinvolgimento differenziato a seconda dell'età di questi studenti.
Quindi si parte dal dagli studenti più piccoli, quelli delle scuole primarie, ai quali si fa una formazione proprio scolastica con il coinvolgimento dei docenti.
Evidentemente, e poi in particolare li si fa visitare l'antico borgo di San Zanello, che era un borgo utilizzato per come tappa per la transumanza.
Sapete che quelle zone erano per per nei secoli proprio, ma fino fino a meno all'inizio del secolo scorso e credo tuttora in modo magari un po più industriale che Di come avveniva in quelle epoche e territorio di transumanza, cioè i pastori migrano dal dalle terre più fredde dell'Abruzzo verso il sud annualmente EE quello era un borgo che ospitava proprio le le comunità di di pastori.
Che temporaneamente.
E si fermavano in quelle zone e ed è un borgo.
Interessante anche da un punto di vista proprio storico e archeologico, perché in archeologia, in insomma, che risale al Medioevo.
Non parliamo di età.
Ciao Giovanni, Buonasera, non parliamo di età Romea, romana o precedente, però c'è, ci sono resti di questi, di queste masserie, ci sono resti di un campanile.

Giovanni Pecoraro 2:14
Buonasera.

SANTE DOTTO 2:23
Insomma, una cosa interessante e quindi la rivitalizzare anche da un punto di vista archeologico o comunque di recupero turistico.
Questo borgo poteva essere un'idea e poi andare a vedere la storia dell'Aglianico che è il vitigno autoctono di quelle zone e in un'azienda produttrice di vino che, guarda caso, sta proprio in quel in quel tratto del del della via Appia antica.
E gli studenti un pochino più grandi, quindi quelli delle medie inferiori e del biennio delle medie superiori, invece, fanno qualcosa in più, cioè le stesse cose.
L'azienda vinicola del borgo, ma anche una dimostrazione della della falconeria della caccia con il Falcone, di cui esiste un'associazione di appassionati a Melfi e anche magari un tratto della via Appia.
Il percorso, un pochino più accidentato, perché poi, insomma, la via Appia antica non è che è proprio un tracciato così attrezzato.
Però la riscoperta di un tratto dell'appia antica con dei ragazzi più grandi sembrava, sembrava, è sembrata un'idea di un qualcosa che si possa fare.
Gli studenti del triennio delle scuole superiori, in un contesto di l'attività di formazione lavoro e utilizzando eh le, le due mi sembra che siano due associazioni di guide che ci sono a Melfi e potevano acquisire, diciamo così, una competenza.
Non solo rispetto ai contenuti da trasferire, ma anche alle modalità con cui trasferire questi contenuti e accompagnare nelle visite guidate agli studenti più piccoli e per ultimo gli studenti universitari.
Magari nella logica di un progetto universitario, di una borsa di studio, di tesi di laurea, magari con un finanziamento di fondi comunitari, invece potevano progettare.
E delle iniziative di valorizzazione turistica e culturale di queste, di queste, di queste zone.
Quindi un coinvolgimento a vari livelli di tutti gli studenti, dalle scuole primarie all'università, tra l'altro in Basilicata, a Matera, cioè una facoltà di beni culturali proprio importante, molto importante EE quindi questo è un po il cuore del progetto, è la descrizione di questo progetto.
Si chiudeva poi con un paio.

Con un paio vediamo se le recuperiamo.
Eccole qua di tabelle, questa l'avevamo già vista.
Era sostanzialmente la descrizione della soluzione, questo è un output importante di questa fase di ideazione del Di, di un progetto perché comunque si descriva la soluzione è ì e quindi gli stakeholder coinvolti, gli utenti coinvolti in questo caso, appunto gli studenti in prima battuta e si identificano anche gli strumenti.
Punti di attenzione, strumenti da mettere a punto, cose da fare.
Mi piace sottolineare questo esempio del fatto che occorre verificare la possibilità effettiva di visita del borgo abbandonato, perché se è una cosa che cadono i muri addosso ai ragazzi non non si può fare o comunque va messa in sicurezza.
E poi altre applicazioni di carattere, magari più tecnologico, come la realizzazione di applicazioni di storytelling per rendere un po, diciamo la formazione su questo argomento della valorizzazione culturale di quel territorio verso gli studenti un po più attrattiva EE altre soluzioni legate anche a tecnologie a supporto.
Un'altro aspetto importante che va, che va analizzato quando si presenta una soluzione e mi questi sono anche un po eh.
Eh?
Lo schema proprio ridotto all'osso di quello che potrebbe essere l'output di una sessione di design thinking, cioè di un macro progetto, di uno studio di fattibilità in qualche misura riguarda i punti di forza della soluzione.
Perché poi al committente andrà a presentato qualcosa che gli fa anche capire dov'è il valore.
È qui.
Ne erano stati individuati qualcuno dal punto di vista del target c'era un target diretto, giovani studenti da un punto di vista indiretto, effettivamente, le famiglie EI docenti rappresentano due altri gruppi di stakeholder di personas come come voi le le chiameremo nel gergo del design thinking, cioè categorie di persone che sono coinvolte nel progetto che sono dei portatori di interesse.
Per questo si chiamano stakeholder, hanno un interesse allo sviluppo di questo progetto, in questo caso indiretto, perché lavorandoci comunque giovani studenti sia alle loro famiglie che i loro docenti sono indirettamente coinvolti dal punto di vista del costo è stato giudicato basso perché in realtà le attività didattiche vengono svolte nella scuola.
I docenti ci sono, non c'è da inventarsi niente.
Per quanto riguarda l'università, montare un progetto di ricerca universitaria

abbiamo detto potrebbe essere anche finanziato con fondi regionali o comunitari, per cui, insomma, il costo di questo progetto e potrebbe esserci un problema nella messa in sicurezza del del borgo abbandonato di San anello.
Ma insomma, quello è tutto da valutare dal punto di vista del del ritorno di questo, di questo progetto.
Beh, sicuramente abbiamo detto sviluppiamo per le addirittura investendo sulle generazioni e più giovani.
E una cultura del territorio di di questo territorio che dà anche la possibilità di rafforzarne l'immagine e di promuoverne la fruizione turistica attraverso un progetto di questo tipo.
EE poi c'è questo tema proprio del recupero del sito di Sanelli che potrebbe essere 1 1 meta turistica di per se interessante per chi decida di trascorrere dei giorni nè nè in questa zona interessantissima anche nella presenza di Melfi e venosa, che sono località importanti da un punto di vista culturale e turistico.
Mi potrebbe essere una meta anche anche quella per quanto riguarda i benefici per gli stakeholder, è importante sottolineare anche questo aspetto quando si redige 1 1 studio di fattibilità in particolare, tanto per darvi l'esempio di un contenuto che deve devono avere questi documenti.
Insomma, questo questo studio di fattibilità.
Questo macro progetto allora certamente gli studenti delle delle varie classi, come abbiamo visto, maturano una conoscenza sia teorica ma anche sul campo del territorio, perché li portiamo in giro a vedere determinate cose, sperimentano forme di apprendimento sociale, perché di fatto si costituisce una comunità che è opera e che per le diverse età, svolgendo una serie di di attività e di fatto partecipo a una community che poi, se questo percorso viene replicato, chi ha alle scuole primarie ha fatto determinati passi, arrivando alle scuole medie, ne farà diversi come avevano fatto quelli più grandi di loro al passo.
Precedente così via, quindi si costruisce una comunità di soggetti giovanissimi o giovani e comunque legati proprio alla cultura e di quel territorio.
Per quanto riguarda la Comunità, nel più nel nel suo insieme, da una parte c'è un coinvolgimento indiretto di diversi soggetti come partner abbiamo visto i docenti e le famiglie, ma anche come sponsor, perché magari le imprese del territorio a un'iniziativa che potenzialmente può attirare l'interesse.
Costruire questa community che può tirare anche l'interesse di Di in una logica di di sviluppo del turismo.

Magari possono partecipare in qualche modo finanziando attività collaterali che ne so io, se c'è ne fosse bisogno.
Il recupero del borgo di San anello o altre cose similari?
Sicuramente la comunità stessa degli adulti, in un certo senso, diciamo così di chi abita lì ha la possibilità a loro stessi hanno la possibilità di riscoprire il il valore del loro territorio, diffondere la conoscenza della propria storia e delle proprie tradizioni e ovviamente, non secondario, qualora si sviluppasse da questa iniziativa un circolo virtuoso, diciamo di ritorno anche economico dal punto di vista del del turismo, che può indurre lo sviluppo di un progetto di questo tipo.
Quindi una sorta di passaparola, che poi può essere anche legato allo sviluppo della Community su siti Internet, sui social e così via.
Dal punto di vista degli amministratori locali, beh, sicuramente migliora il rapporto con la Comunità, con una cosa che non è il problema di qualcosa che non funziona come tipicamente succede nelle nostre comunità, nei nostri comuni, nelle nostre province, per cui alla fine migratori sono sempre a combattere con cose che non vanno come sarebbero dovute andare o come dovrebbero andare.
C'è una diciamo iniziativa importante di promozione di questo territorio e soprattutto io direi un contatto e anche per gli amministratori locali con la realtà giovanile studentesca che di solito viene un po trascurata.
E vivendo sempre il mondo degli amministratori e dei politici in generale, in una perenne campagna elettorale che si rivolge a potenziali elettori e giustamente ai ragazzi minorenni che non votano, magari vengono un po, diciamo così trascurati troppo spesso.
Ora, al di là dei contenuti specifici, la cosa che sottopongo alla vostra attenzione e questo schema molto semplice.
Che poi vedremo più avanti, quando avremo un po finito il ciclo di lezioni sul sul design thinking, riprenderemo e sgombrando dai contenuti, eliminando i contenuti.
Perché chi volesse eventualmente sviluppare un project work basato sull'utilizzo del design thinking per realizzare un tra virgolette, progetto ovviamente in una logica di laboratorio, quindi la progettazione di un'iniziativa alla fine si troverà ad avere uno schema che potrete seguire in modo da mettere un po ordine nelle varie cose che vedremo è avere anche un po una guida per condurre questo questo project work.
L'ultima cosa che vi volevo far vedere e che l'attività numero 4 è anche necessario in questi metodi, sarebbe opportuno in qualche modo la proposta che viene presentata alla committenza accompagnarla anche da un progetto di prototipo.

Ora, se si tratta di produrre un oggetto, il prototipo potrebbe in qualche misura pensate a un'applicazione e preparo delle videate uno schema uno scheletro e per far vedere che tipo di applicazione di supporto tecnologico può essere reso disponibile nell'ambito di quella di quel progetto.
Nel caso di un servizio, perché queste si configurano tutti come servizi, ci sono servizi, componenti di servizi di formazione, componenti di servizi di assistenza turistica?
No, i ragazzi che fanno le guide eccetera Eh, bisognerebbe un attimino testarlo, quindi è giusto che uno studio di fattibilità e, quando possibile si concluda con una ipotesi di prototipo di progetto pilota che consenta di testare con degli utenti selezionati.
Quindi in piccolo diciamo così, la Sociazione prima di avventurarsi su qualcosa di più lungo nel tempo più costoso da un punto di vista di risorse da utilizzare e di costi vivi da sostenere.
Allora, in questo caso la la il gruppo di lavoro ha ipotizzato per esempio di realizzare un prototipo di dimensionando, un numero di studenti limitato per le diverse categorie e un numero di cose da fare limitato per capire se questa cosa si poteva realizzare.
Quindi è un progetto, è un progetto pilota che nell'arco di qualche settimana coinvolge soltanto tre scuole, una scuola superiore che funge da polo responsabile di questo prototipo, una media e una primaria.
8 studenti fanno formazione superiori EE due mesi di attività scuola lavoro, poi organizzano quattro uscite con due primarie, due medie e raccolgono feedback, raccolgono feedback sulla base di un questionario progettato e da da questi 8 studenti di scuola superiore ha erogato a loro stessi e agli altri studenti, agli insegnanti e alle famiglie coinvolte.
Se questo questionario da spunti che confermano la bontà di questa di questa ipotesi di progetto, a questo punto si può promuovere l'allargamento della rete di scuola e l'avvio di una fase successiva, al di là anche in questo caso dei contenuti.
Contenuti in questo schema ci abbiamo 2 3 concetti importanti, abbiamo il concetto del prototipo Ah e che possibilmente l'ha progettato e realizzato.
Abbiamo il concetto della somministrazione di questionari o di interviste, in questo caso si è si è pensato a questionario e per raccogliere i commenti alle persone che sperimentano questo questo progetto è importantissimo.
Poi la gestione di questi feedback, andando a modificare, ad analizzare le risposte ed

eventualmente modificare il progetto sulla base delle considerazioni che sono state che sono state, diciamo fatte da chi ha partecipato.
Quindi, sostanzialmente vabbè, qui la solita figurina che che ho fatto per far vedere che un subset, diciamo così, del del servizio ipotizzato.
Ma al di là di questo, mi interessava anche chiudere, che con una considerazione sul test del prototipo e perché questo test effettivamente può dare la possibilità di apportare modifiche e in taluni casi anche è previsto anche può essere prevista la cancellazione del progetto, perché magari l'idea che lo aveva ispirato non è risultata apprezzabile.
Apprezzata da dalle persone coinvolte, dalla committenza, dai vari stakeholder che ruotano attorno a questa soluzione e quindi si abbandona il progetto e quindi abbiamo visto un po un ciclo completo che va dalla raccolta delle informazioni di contesto nel nella prima fase, nella prima attività, dalla definizione di un obiettivo nella seconda attività, dalla ideazione di una soluzione nella terza attività, dalla realizzazione di un prototipo nella quarta e dall'analisi del test di questo prototipo é e delle considerazioni a contorno da fare quindi revisione parziale, totale cancellazione del progetto nell'ultima nell'ultima attività, la quinta a questo.se.
Non avete domande, sentiamo Ludovico che cosa aveva ipotizzato?
Domande.
Ludovico a te.
Hai qualcosa che vuoi condividere?

Ludovico Tortora 17:32
Ok, sì, sì, cioè sì, non non letteralmente, non condividero nulla, però, Eh.

SANTE DOTTO 17:38
Ah no, no condividere.
Dico nel senso, condividere come appunti?

Ludovico Tortora 17:40
Sì, sì, a livello di sì, sì.

SANTE DOTTO 17:43
Ah no, vabbè no, sennò ti sganciavano la la la la condivisione e potevi proiettare.

Ludovico Tortora 17:49
No, era giusto, magari, ma se volete il no è inutile perché sarebbe il testo con le cose sottolineate.

SANTE DOTTO 17:54
No, tranquillo.

Ludovico Tortora 17:55
Allora non mi sono preparato.
Nessuna presentazione, solo le cose.

SANTE DOTTO 17:57
Ma no, ma ci mancherebbe, va benissimo.
È interessante comunque.
Ascoltare quello che hai immaginato, insomma, che che hai considerato?

Ludovico Tortora 18:07
Allora di base, leggendo il testo, è.
Di cose che sono emerse, che ci sono, cioè le cose che ci sono sono un po magre, nel senso.
La strada è brulla, il fortino è uno mezzo scassato e di tufo EE le specialità diciamo della terra sono il pane e il vino, quindi nel senso, le cose che ci sono non sono un granché.
Cioè, boh, son voluto essere, diciamo più cinico possibile e soprattutto un po la questione di ragionare Di nel nel senso di no.
Dobbiamo portare le persone a vedere il fortino di tufo a mangiare il pane locale.
E è una strategia rischiosa, perché eh, di cose da vedere in Italia ne sono tante e ci sono dei posti dove c'è proprio una densità di cose da vedere, tutte bellissime, importantissime ed è un po come la questione dei libri no che escono 60.000 nuovi libri ogni anno, solo in Italia EE quindi tu non puoi leggerli tutti, non puoi leggere ogni singolo pamphlet di ogni singolo cristiano che passa per la via e quindi alla fine tu devi, hai quel tot di ore libere nella tua vita e se devi investire le leggi grandi classici poi magari ti.
Spari anche qualche piccola cosettina, quindi cioè nel senso se io devo farmi una gita

scolastica Culturale, ma me ne vado una settimana a Firenze e ho una densità di contenuto mostruosa e allora ho detto vabbè OK, allora cosa c'è?
EE la risposta è niente, ma si può brandizzare il niente, nel senso che un sacco di parole qui non rimandano a cose fisiche, ma rimandano alla a un'assenza di cose, il silenzio, il buio, il.
Non c'è un rumore per la via, è questa cosa delle ci sono un sacco.
E dopo SS del del, dell'assenza di rumore totale Eh?
Tanti rimandi alle stelle, la vista le del la luna, il plenilunio tutta quella roba lì.
Visto che noi viviamo nella modernità, la modernità è caratterizzata da persone esaurite che vivono la loro vita completamente a toppata è carichissima di Eventi, di rumori, di caos e quando vanno anche a fare il piu vanno a vedere cose belle.
Più sono ancora più immersi nel caos, nella confusione di lì al Louvre, tutti schiacciati come delle sardine per fare la la, la la fotina, la mossa alla Gioconda.
Perché invece non promuovere, non non brandizzare questo posto come il Santa Santorum del silenzio, Dove tu puoi andare a ritrovare te stesso e nel senso questa cosa?
Ovviamente a chi te la vendi, te la vendi al al mega manager o al anche al borghese medio che viene da le persone che vengono da grande citta, persone che vengono posti caotici e hanno bisogno di andare a fare quel tipo di esperienza.
Quindi mi è venuto in mente che ne so il glamping, che è uno di quei termini mix, cioè questo, che sono campeggi tutto sommato, ma invece che intenda sono tipo campeggi di lusso, insomma glamour camping, dovrebbero essere.
Ma anche Eh, c'è un sacco di cultura, quindi greca, quindi non lo so.
Una settimana nel fortino, quello strano diroccato non è che lo va a vedere perché *** ***** e fortino di tufo vuoto, però ci fai dentro un workshop di una settimana di logica peripatetica.
Ti ti fai questo corso con questi maestri dove passeggiata in silenzio, rievocazione, ma magari ti vestite pure con la toga, se proprio vi va e state lì a passeggiare lì, nel.

SANTE DOTTO 22:11
Questo piacerebbe molto agli americani, secondo me.

LT

Ludovico Tortora 22:15
Ma nel senso esatto, uno pensa, vabbè, viene il businessman di Milano, ma non solamente no.

Lo unisci poi Ah Eh, magari i tre Cate, ma non per tre care.
Trecate con guida.
Che poi ti porta in cima alla montagna, caccia il telescopio e ti fa la lezioncina di di.
Astronomia e ti fa vedere i pianeti, eh, nel senso, e allora io mi rendo conto che uno dice OK, non è che si crea proprio un ecosistema virtuoso?
Perché alla fine chi è che si può permettere sta storia del del glamping, di aprirsi la sua, la sua, diciamo la sua struttura di di campeggio di lusso.
Però il fatto è che nel momento in cui ti sei brandizzato il territorio.
Brandizzato sul niente, perché tu offri il niente e questo è un niente di lusso.
In realtà la spesa è praticamente zero, la gente viene da sola perché non è che devi andare a costruirti.

SANTE DOTTO 23:10
No, ma poi poi hai anche dei centri perché voglio dire sia venosa che Melfi sono cittadine interessanti sotto tanti punti di vista che ti danno comunque una infrastruttura di supporto per una iniziativa così particolare.
A me viene in mente dalle tue parole chi l'ha visitata?
La Camargue, la Camargue è quella zona paludosa del Sud della Francia dove le zanzare sono grandi come elicotteri che sono realmente paludi e che però sono brandizzate in questo modo per cui la gente da tutta Europa parte per andare a cavallo a cavallo in Camargue.

LT

Ludovico Tortora 23:35
Non.

SANTE DOTTO 23:48
E tu dici ma.
Considerando che sulla carta geografica dell'Italia, dovunque punti un dito EE tracci una circonferenza di 10 km di raggio c'hai di tutto e uno rimane stupito che sono riusciti a venderti le zanzare della Camargue con una cosa spettacolare, i fenicotteri rosa.
Per carità, stanno arrivando anche in Sardegna, quindi cioè sono solite d'accordo, vedi l'esempio che ci sta facendo Ludovico, che tra l'altro è un esempio interessante dal punto di vista del pensiero divergente, cioè proprio dell'apertura.
È un esempio, secondo me significativo di di cosa si può realizzare anche uscendo

poi questo è un progetto che andrebbe venduto in qualche modo, tra virgolette, no, perché un committente che ti dice valorizzare questa una provincia, una regione valorizzarmi questo territorio?
Beh, insomma, li devi spiegare, cioè devi costruire 1 1 castello, anche di partnership attorno a questa iniziativa importante, Eee di nicchia.
Almeno mhm partenza però sono quelle cose che ci fanno capire come, innanzitutto che non è la prima idea che uno ha in mente e che è l'idea vincente.
Non necessariamente si deve replicare quello che è stato fatto finora, se stiamo facendo un progetto di reale innovazione, questo vale tanto più per la transizione digitale di un'organizzazione, perché la trasformazione digitale di un'organizzazione ci mette la possibilità, ci dà la possibilità di lavorare con un foglio di carta bianca davanti.
E è molto stimolante perché la fattibilità di un'operazione del genere è complessa e va a chi dettata bene e anche secondo me, soprattutto in termini di partnership con con i soggetti che operano su quel territorio.
E però è un esempio interessante di quanto.
Con e con un ragionamento, anche partendo da pochi elementi, si possa stimolare ciascuno di noi possa stimolare la propria creatività arrivando a soluzioni che non sono che non sono sicuramente scontate.
Quindi l'esempio che vi ho fatto vedere io andava in una certa direzione, l'esempio che ci ha proposto Ludovico va in un'altra direzione, però sono due esempi fuori penso di poter dire fuori dalla.
E dall'utilizzo più, come dire ehm, abituale, dei nostri territori, che si basa molto sulla ristorazione.
Si basa molto sulla, sul, sugli aspetti culturali.
EE che rischia se non si trovano delle idee brillanti, di andare in competizione con le offerte turistiche più tradizionali che giustamente ci ricorda che sono anche un problema perché noi abbiamo le le solite, le le mete turistiche più note e non so pensate che ne so la costiera amalfitana, le grandi città d'arte che sono sovraccaricate le quest'estate sono venute fuori diverse polemiche sull'apertura delle località più frequentate.
EE poi ci abbiamo un territorio.
Di solito si tratta delle zone interne del paese, lungo la dorsale appenninica, per capirci, da nord a sud, che hanno comunque un potenziale che non viene sfruttato per sfruttare quelle zone.

Ha ragione Ludovico, ci vogliono delle idee particolari perché devi uscire fuori dalla concorrenza.
Con Eh diciamo il turismo più tradizionale, più d'elite ma legato ad altri contesti che insomma in quelle zone magari non potrebbe trovare, non insomma la possibilità di disegnare soluzioni altrettanto interessanti o di massa che non sarebbero magari interessate a un a una proposta come quella che ci faceva Ludovico, quindi lo spirito con il quale secondo me dobbiamo in interpretare le considerazioni che faremo in queste elezioni.
Sul design thinking?
Credo che sia proprio quello che io ho cercato di mostrarvi nel mio esempio Ludovico ha ha cercato di condividere nel nel, nello stimolo che ha ricevuto semplicemente leggendo due paginette di di un libro.
Insomma, però sono considerazioni Ludovico che condivido e anzi hai tirato fuori qualcosa che si è, è vero, emerge da quelle due, da quelle due pagine, perché?
E effettivamente è così, quindi mi ci ritrovo e complimenti EE ci hai dato un'altra.
Gestione della potenza che possiamo che ciascuno di noi può esercitare nel momento in cui ha l'opportunità di avere un foglio di carta bianca davanti.
Purtroppo nella vita professionale lavorativa succede poco spesso, ma quando succede è una roba grandiosa, è un po come chi ha avuto la possibilità di partecipare allo sviluppo di una startup.
È la stessa sensazione, è quella di avere una macro idea che poi va messa a terra, va costruita EE va sviluppata e bisogna trovare anche degli sponsor.
Bisogna trovare dei finanziatori.
Insomma, EE questa la modalità con la quale noi penso, dobbiamo dal punto di vista del mindset e ci torneremo tante volte sopra a questo aspetto, affrontare anche i progetti di trasformazione digitale delle organizzazioni che rappresentano una casistica molto particolare di iniziative che però richiedono al momento giusto lo sviluppo di una creatività importante.
Che non sia eh?
Afferrare cose per l'aria o così approcci utopistici, ma che sia qualcosa di concretamente realizzabile.
E poi la sfida è proprio lì di generare questa, questa questa progettualità da designer in cui ha una funzionalità riusciamo?
Dobbiamo riuscire ad associare un valore intangibile che la nostra soluzione trasferisce.

Quindi, nel caso dell'esempio che vi ho fatto io, il valore intangibile era lo sviluppo di una cultura del territorio per le generazioni più giovani di quel territorio.
Nel caso di Ludovico era la, diciamo la la sollecitazione insomma di dire e ti vendo il nulla, ti vendo il silenzio, ti vendo la tranquillità, ti vendo la pace che puoi, di cui puoi godere fruendo di quel territorio in una certa modalità, vedi, è, è importante questo, questo, questo aspetto di riuscire a coniugare comunque qualcosa di concreto con qualcosa di intangibile, che però ha un valore e che può essere la caratteristica, il come, come dire un fattore di competitivo importante.
Un fattore critico di successo per la realizzazione di questo progetto nel campo delle cose da fare nella trasformazione digitale in organizzazione succede esattamente la stessa cosa, ci sono dei valori magari intangibili all'interno di un'organizzazione che un sollecitazione legata anche alla modalità di fare le cose in quell'organizzazione, utilizzando le tecnologie digitali può generare.
Bene allora.
Detto ciò, abbiamo ancora un po di tempo si.
Abbiamo tre quarti d'ora abbondanti, io proverei a rivedere da un punto di vista più diciamo organico anche se andremo un po per cerchi concentrici e quindi faremo un'altro primo, diciamo un'altro.
Un'altro, anzi, secondo perché prima abbiamo già fatto un secondo giro per rivederci un attimo.
Attimo è la logica e le modalità con cui si può affrontare la progettazione in generale, in particolare la costruzione della roadmap per un percorso di trasformazione digitale di un'organizzazione.
Vado a interrompere questa e vi faccio vedere, ma in realtà c'è l'avevo già qui, scusate.
Via dei pazienza un minuto.
E vi faccio vedere un po di slide. Eccolo qua.
Progettare l'innovazione al Desert King, lo vedete si perfetto, allora io ho utilizzato un libro di testo che ho anche indicato sul sillabus da cui ho tratto però tutta una serie di citazioni di figure.
Quindi, ai fini dell'esame, secondo me, tanto per essere chiari, son, è sufficiente scorsi le la sintesi che ho tirato fuori io.
Chi volesse approfondire questa cosa, questo testo è di un consulente te sudcoreano dei dei link EA me è piaciuto perché è un testo totalmente destrutturato, cioè non non si può neanche definire un libro.

Non so se 1 1.
Raccolta di appunti EEEEE mi piace questa cosa, perché?
Stiamo parlando di sviluppare la creatività e mettersi lì a leggere un libro che ti spiega 200 fasi, 450 tipo di deliverable, cioè mi sembrava una cosa fuori luogo questo tizio.
Questo consulente va all'osso del problema, io sono andato all'osso dell'osso, quindi ho ulteriormente ridotto l'aspetto se vogliamo formale, di questo, di questo, di questo metodo.
Come vi dicevo, il mio obiettivo non è quello di farvi ottenere la certificazione che che fanno società specializzate di consulenza che rilasciano e che farete se realmente ne avrete le esigenze.
Il mio obiettivo è quello di aprire un po la.
Il nostro punto di vista per cercare di comprendere i driver dal punto di vista del dell'approccio, del mindset, per affrontare metodi di questo tipo e questo libro e il design thinking in particolare, si presta secondo me molto molto bene, quindi avete anche un riferimento?
Chi vuole posso anche dare altri testi sul design thinking.
Insomma, se proprio non ne potete fare a meno, ma diciamo che almeno dal punto di vista dell'esame questa cosa non è, non è necessario.
Allora questo libro si chiama complete Design thinking aid e inizia con queste citazioni.
C'è ne sono diverse nel nel nel nel corso del libro io ne ho riportata qualcuno, questa è una citazione che riguarda uno dei primi investitori.
Sulla Apple, quando la Apple era ancora una roba, come si dice da cantinari, è sostanzialmente.
Ha evidenziato tre punti che secondo questo investitore, cioè uno che ci ha messo dei soldi per cui le sue considerazioni sono interessanti perché ha investito soldi su questa iniziativa e ha evidenziato tre punti per i quali secondo lui la filosofia di marketing della Apple era una filosofia vincente.
La prima è una intima comprensione del cliente.
Che ha sintetizzato in questa frase, capiremo veramente le esigenze dei nostri clienti, meglio di qualsiasi altra azienda, quindi come vedete un qui?
Stiamo parlando agli albori di Apple, quindi una roba da anni 80, come vedete è questa centralità del cliente e dell'utente che oggi tutti sbandierano.
Ai 4 20 le pubblicità in televisione di qualunque prodotto, di qualunque servizio.

È una cosa che chi ha finanziato, e quindi anche chi ha fondato la Apple, si era un tema che si era posto ormai una trentina d'anni fa, una quarantina d'anni fa.
Capiremo veramente le esigenze dei nostri clienti, meglio di qualsiasi altra azienda.
Dopodiché la focalizzazione su un piano d'azione.
Definito in qualche modo che rappresentava 1, 1, qualcosa di non derogabile per fare un buon lavoro, di quelle cose che decideremo di fare.
Dobbiamo eliminare tutte le opportunità non importanti, quindi empatia qui pensiero convergente, dobbiamo convergere sulle opportunità realmente importanti.
Facciamoci venire 1000 idee per soddisfare le reali esigenze di un cliente, ma non De i nostri sforzi.
Puntiamo sulle opportunità veramente importanti.
E poi la convinzione che le persone ci giudicheranno in base alla qualità totale che sapremo che sapremo offrire qui.
È una provocazione, quindi verremo giudicati per anche per l'imballaggio dei nostri prodotti per il servizio che daremo ai clienti che compreranno i nostro i nostri prodotti, perché altrimenti il miglior prodotto potrebbe essere la massima qualità di hardware.
Il software è più utile, ma se li presentiamo in modo sciatto saranno percepiti come sciatti.
Se li presenteremo in modo creativo, attribuiremo loro le qualità desiderate.
Ecco il valore intangibile, il valore intangibile che è dovuto a tante cose.
Che ruotano attorno alla fornitura di un di device della della Apple.
Incidentalmente, quando abbiamo parlato della della Eh Corporate Identity, vi ricorderete che avevamo anche scorso proprio anche di Apple le definizioni in termini di vision in termini di mission in termini di value proposition.
Qui ritorna ancora la Apple e non è un caso, perché poi sulla sulla valorizzazione della componente intangibile dei device che hanno sviluppato e che offrono sul mercato ci hanno costruito una fortuna per cui oggi il mondo De dei computer, in genere delle tecnologie di base si divide tra chi compra solo Apple e tutti gli altri praticamente EE quindi è interessante vedere questi tre aspetti, l'empatia, la focalizzazione e la qualità è totale, diciamo, e quindi la valorizzazione del della componente intangibile legata all'utilizzo di un prodotto, all'utilizzo di un servizio.
In questo Libro io ho riportato semplicemente le copertine dei capitoli, tanto per metterci una figura, e cominciavo a parlare di di che cos'è il design thinking?
Quindi questo David Lee che cerca di Daniel Ling cerca di definire un po che cos'è il

design di design thinking?
E qua prende un aspetto, ci dando delle riviste o dei soggetti che che hanno, che hanno scritto qualcosa di interessante, qualche citazione, qualche frase interessante sul design thinking.
Questa è una frase sul design in generale da cui poi origina questa metodologia e sostanzialmente per questa compagnia, Eh?
Citata è da.
Da questa rivista è il ruolo fondamentale nel design e la risoluzione dei problemi e un aspetto perché non è detto che si debba progettare qualcosa di innovativo solo per risolvere un problema si può intercettare anche un bisogno, un'aspettativa, non necessariamente il metodo di progettazione non è esclusivamente legato alla soluzione di problemi.
Problemi si possono anche valutare delle esigenze delle opportunità, delle aspettative, però è interessante questo punto di vista.
La definizione più importante secondo me è più semplice denki, che è quella che vedete scritta qui, pensare come un designer.
Pensare come un designer vuol dire cogliere.
Dall'approccio di soggetti di che che hanno fatto nell'industria e nei servizi la storia della creatività applicata, della creatività, che ha portato allo sviluppo di soluzioni che sono diventate di riferimento nello specifico settore in cui hanno operato questi designer.
EEEE, associando un.
Come dicevamo prima, un valore immateriale riconosciuto, cioè le persone spendono più di quello per un oggetto di design, più di quello che avrebbero speso per un oggetto da grande magazzino.
Quindi riconoscono anche economicamente una qualità, un valore intangibile a quel bene pensare come un designer vuol dire questa cosa, vuol dire riuscire ad associare a una funzionalità qualunque essa sia di un bene o di un servizio, questo valore intangibile che ha anche può avere anche in genere ha un riconoscimento da un punto di vista economico, quindi è qualcosa che ha a che fare se volete, con la con la logica dell'arte è un po in mezzo tra il business e l'arte, perché non è in assoluto arte, perché anche business non è soltanto business, perché c'è un valore.
Immateriale, come se si trattasse di un'opera d'arte.
A chi serve il design thinking allora?
Secondo Daniel Ling, serve alle aziende per innovare, quindi il design thinking è un

metodo di progettazione che viene usato per progettare, ad esempio, una revisione del modello di business e di un'impresa, un modello di servizio di una pubblica amministrazione, una strategia di corporate ed entity come quelle che abbiamo visto negli esempi di di settimana scorsa, quindi alle aziende per innovare consente ad aziende startup di esplorare opportunità sulla base di esigenze non soddisfatte dei consumatori o della comprensione di una nuova situazione.
Che poi è una situazione di mercato, vi ricordate quando abbiamo parlato di come si generano nelle organizzazioni gli scatti, i di innovatività?
Perché cambiano le condizioni di mercato nel caso delle imprese escono delle nuove norme nel caso delle delle pubbliche amministrazioni c'è qualcosa nel contesto che si modifica?
E questo qualcosa che si modifica comporta un'innovazione che può essere studiata, affrontata utilizzando metodi di questo tipo.
Quindi col foglio bianco davanti, cercare di creare qualcosa di nuovo e qualcosa di diverso per affrontare quella situazione o per cogliere quell'opportunità di mercato.
Per esempio, una citazione interessante, l'innovazione distingue tra un leader e un follower, Steve Jobs, sempre Apple, chi è capace di U di innovare realmente esprime una leadership importante nella conduzione della propria azienda, della propria organizzazione e non segue l'onda del momento.
Fa qualcosa di più perché la anticipa?
È un metodo che si può utilizzare su scala sociale, quindi anche risolvere i problemi che ne so io, difficoltà che incontriamo nella vita quotidiana.
Situazioni di città è completamente ehm, diciamo.
Eh?
Complicate dal traffico oppure dalla dallo smog e tematiche di carattere sociale.
Perché ragionando in questa modalità open mind si potrebbe dire e possono venire in mente delle soluzioni innovative che fino a quel momento non sono state percorse, anche sfruttando le possibilità delle nuove tecnologie.
Non solo nel campo dell'informazione, ma in generale delle nuove tecnologie.
E.
Che hanno un forte impatto, quindi, per progettare soluzioni che hanno un forte impatto sui bisogni delle persone che vanno a modificare il contesto in cui queste persone vivono.
E questo è un'artista e un designer che con una frase sostanzialmente, che sembra un po come dire un po un po troppo lungimirante, insomma no.

No e dice il design e risolve i problemi umani identificandoli e realizzando la soluzione migliore.
Come dire, tutti i problemi dell'umanità si possono risolvere utilizzando il design.
Vabbè, diciamo che è un po megalomane come del resto fa questo di mestiere e quindi vede questo mestiere come il più bel mestiere del mondo EE con le più grandi opportunità possibili e immaginabili per quello che riguarda invece i, questa è una cosa tipicamente americana.
Questa Iddio e la società, la prima società di consulenza di cui ti Brown era Presidente, che ha cominciato a fornire servizi alle imprese sul design thinking.
E diciamo a cavallo degli anni 2000, fine fine, fine, fine, fine 900.
E questo metodo è nato alla Stanford University.
E la codifica delle fasi del design thinking.
Come le vedremo tra poco, è nata la Stanford University, un laboratorio di design della Stanford Stanford University, il più grande centro di competenze e di studi sul design al mondo, ed è andato a cavallo degli anni 2.000.
Questo e questo timbro Brown sostanzialmente parla del design thinking come un approccio all'innovazione incentrato sull'essere umano, che attinge dagli strumenti del designer per integrare le esigenze delle persone.
Le possibilità della tecnologia EI requisiti per il successo aziendale.
E si rivolge ai professionisti, questo è un approccio molto americano per dire, per fare carriera alla tua organizzazione, per accrescere le tue competenze, per arricchire il tuo curriculum, per diventare indispensabile percorso dell'innovazione di una qualsiasi realtà in un mondo che cambia.
Ti puoi qualificare perché 6, 1 specialista e ti Brown rende corsi certificazioni per per questi specialisti?
Perché se uno specialista del design thinking e design in generale delle applicazioni del design a progetti diciamo concreti, di carattere industriale, di carattere organizzativo, di carattere sociale.
Quindi, come vedete, i punti di vista sul design thinking cambiano a seconda di chi lo utilizza e di come lo utilizza, per cui.
Sul mercato, diciamo così, della formazione per i professionisti, per le imprese, per i manager si trovano tante realtà che offrono servizi di formazione e di certificazione.
E magari hanno dei punti di vista specializzati a seconda del settore di industria o del contesto nel quale operano i soggetti ai quali si rivolgono.
Però alla base c'è l'approccio, un approccio legato a un mindset che è quello che

vedremo e che il cuore di questi, di questi metodi e di progettazione e che secondo me è opportuno acquisire anche se non si avrà mai l'opportunità di partecipare a una sessione di eventing perché le realtà in cui andrete a lavorare, magari questa scelta non la faranno.
Però i principi che sottostanno a questo approccio, secondo me è assolutamente necessario meditarli, acquisirli, considerarli rifletterci sopra e farne e farne un utilizzo un po come le competenze soft di cui parlavamo qualche settimana fa.
Perché poi alla base di questi approcci ci sono quelle competenze che vengono sviluppate che vengono messe in campo efficacemente, anche se non si vanno a utilizzare le schematizzazioni e le fasi di questo metodo.
Però secondo me è importante ragionarci, utilizzando magari ad esempio il design thinking, proprio per fissare dei punti che sono sicuro vi ritroverete utili nel vostro nel vostro lavoro.
Quindi abbiamo detto, cos'è il design thinking?
E una l'acquisizione di un'attitudine a pensare come un designer.
E questo può trasformare il modo in cui progettare l'innovazione, cioè avvicinarsi a progetti realmente innovativi.
Io sottolineerò molte volte l'aspetto realmente innovativi perché talvolta si spaccia per innovazione qualcosa che diciamo è una minestra riscaldata.
Nelle grandi organizzazioni, nelle, nelle organizzazioni in generale, spesso si etichetta per fare scena con i propri consiglieri di amministrazione o con i propri referenti i vari stakeholder per innovazione.
Un po come la centralità del cliente utente, no?
È uno slogan che può essere vuoto di contenuti, l'innovazione rischia di essere spesso utilizzata un po, un po, come dire, per vestire iniziative in realtà piuttosto tradizionali.
Quindi quando noi parliamo di innovazione stiamo parlando un po sulla scorta anche degli esempi che vedevamo anche il ragionamento di Ludovico prima ha immaginare qualcosa che va oltre le soluzioni già viste, per capire se si possono percorrere vantaggiosamente anche strade alternative per affrontare un'opportunità o una o un problema.
Quindi in questo in questo elenco, così faccio degli esempi per potere contestualizzare, allora per ideare come soddisfare al meglio le esigenze degli utenti, che possono essere problemi incontrati nell'utilizzo di un prodotto o di un servizio o aspettative di qualcosa di meglio e di diverso, sia dal punto di vista di nuovi prodotti

che di nuovi servizi.
Concentrandosi sulle soluzioni, questo è un e questa è una cosa importante, anche se anche se partiamo da un problema, la soluzione che dobbiamo sviluppare deve essere portatrice di innovazione e deve essere qualcosa di realizzabile.
Quindi cos'è che differenzia la soluzione in questo senso da una pezza?
Colore per risolvere un problema e beh, differenzia il fatto che quella soluzione sia una pezza a colore probabilmente non cambia la realtà delle cose.
Pensiamo alla trasformazione digitale, faccio un esempio trito e ritrito che ho fatto 1000 volte.
Se un vecchio processo analogico, lo informatizzato, ma lo lascio tale e quale e invece che fare girare Carta, faccio girare posta elettronica, non ho risolto nulla.
Se cerco di costruire un nuovo processo che sfrutta le possibilità più evolute della tecnologia digitale e cambia e semplifica il modo di lavorare delle persone, perché certi passaggi non li facciamo più, perché non servono più banalmente stamparsi una mail per poi portarla fisicamente da un ufficio all'altro?
L'esempio più stupido che mi viene in mente è chiaro che è una mail, viaggia da sola, c'è bisogno di stampare e portare il pezzo di carta da un ufficio all'altro.
Ecco, se noi lavoriamo ipotizzando soluzioni vere che cambiano realmente la vita delle persone, forse riusciamo anche a risolvere i loro problemi, quindi noi ci dobbiamo concentrare su soluzioni efficaci realmente innovative, che semplificano e rendono disponibili i servizi richiesti da dai, da dai nostri utenti, dai nostri clienti.
È importante questa sottolineatura dei due punti che seguono, perché nello sviluppo del mondo Internet dal 2005, come vi raccontavo qualche lezione fa, oggi, troppo spesso, troppo spesso le imprese e le pubbliche amministrazioni si sono concentrate sui servizi di front end, cioè in qualche modo hanno reso disponibili servizi.
Vedete, è poco, si sono preoccupati o no?
Con un altrettanta attenzione di migliorare i processi del backend, cioè di quello che c'è dietro, della parte dei sistemi informativi che l'utente non vede perché l'utente vede solo quello che gli mettiamo a disposizione in rete.
L'esempio più banale l'ho già fatto e quello del cambio di residenza.
Allora se cambio la residenza è però quel dato lo devo inserire di 50 volte perché sono 50 le amministrazioni El soggetti che devono sapere che ho cambiato residenza e beh, ho lavorato sul fronte ed perché ognuna di queste 50 entità, ma avrà messo a disposizione un sito Internet per buttarci dentro che ho cambiato la residenza.
Ma dal punto di vista dell'efficacia di questi servizi da parte mia, da parte dell'utente,

non ho guadagnato praticamente nulla, o perlomeno non ho guadagnato quanto avrei potuto guadagnare.
Se queste amministrazioni, investendo sui processi di back end, cioè su quelli che io come utente non vedo, avesse definito la possibilità di fare interoperare le proprie basi dati, perché a quel punto avrei potuto inserire una sola volta in una di queste amministrazioni, il mio cambiamento di residenza?
E automaticamente, poiché le basi dati dialogano tra le diverse amministrazioni, ministeri, Regioni, comuni eccetera.
La la mia informazione, inserita una sola volta, viene propagata a tutti i soggetti interessati.
Questo fa la differenza tra investire sul front end e anche sul backend, perché sicuramente rendendo più facile per l'utente finale l'utilizzo di quei servizi e di quei prodotti.
Quindi queste sono alcune considerazioni teniamole la cominciamo AA metabolizzarle alcune cose, molte di queste cose ci torneremo tante volte.
Però cè, le diciamo così, ampliamo il nostro il nostro ragionamento sul sul tema dell'innovazione e della transizione e della De di digitale della società e della trasformazione digitale delle organizzazioni.
Se dovessimo dire cosa rende i il design thinking un modo di pensare veramente speciale, potremmo prendere quelle che il nostro ormai quasi amico perché lo stiamo citando tante volte.
Daniel Link cita come le 7 caratteristiche che definiscono il design thinking.
Questo signore come tutti, amo le persone che hanno studiato nelle scuole americane, nelle università americane.
Ama molto fissare il numero delle cose che dicono EE quindi troveremo le Le 5 caratteristiche principali e abbiamo visto i 7 pilastri della felicità qualche qualche settimana fa vi ricorderete, Daniel parla delle 7 caratteristiche che per lui definiscono il Dentino King, non vi chiederò mai, io sono probabilmente su questo tema un po la coda di paglia perché penso di darvi tanti stimoli.
E poi di preoccuparvi ai fini dell'esame.
Ecco, io ci torno spesso su questo tema.
Nessuno vi chiederà mai in questo esame di elencarmi le 7 caratteristiche di Daniel Link sul design thinking.
Perché non me ne frega niente, ti ricordarcelo a memoria.
Quello che ci interessa è Di in qualche modo farle proprie, se poi te ne ricordiamo

solo 5, speriamo che ci bastino perché magari la prima o la settima, che in quel caso specifico ci in qualche modo ci crea problemi perché non l'abbiamo tenuto conto.
Ma sarà una storia che riguarda il futuro.
Per adesso analizziamole queste caratteristiche e ciascuno di voi, in qualche modo comincerà secondo la sua attitudine.
Secondo la sua esperienza per chi lavora ha aggiungere un pezzetto di conoscenza a quello che già avete costruito a quello che state ascoltando, a quello che che avete in mente.
La prima cosa che dice che chiunque può utilizzare il design thinking perché tutti, tutti gli esseri umani hanno la capacità di creare la facoltà creativa, fa parte del del nostro cervello e in particolare dell'emisfero sinistro.
Che poi non ho mai capito se uno che è mancino gli emisferi sono scambiati, però insomma, lasciamo stare, no, no.
Grazie a Dio ti faccio, non faccio né il medico né neurologo.
Però siamo, abbiamo tutti la possibilità di esprimere creatività, quindi questo è un metodo facile, si può usare in modo facile Eee tutti possono usare il design thinking.
La pretesa di Daniel Link che ricordo è un consulente che vende corsi di formazione, quindi rendiamoci anche conto con chi ci sta parlando in questo momento dice non solo tutti lo possono utilizzare, quindi iscrivetevi ai miei corsi.
Ma è divertente e questo è in effetti è vero, perché talvolta è un po frustrante, perché molto spesso nei tavoli di di progettazione design thinking, chi conduce il tavolo, quindi il designer o il design thinker, come dice qualcuno e all'inizio un po sfoggiato, perché si mette lì e cerca di fare una specie di mini lavaggio del cervello alle persone e quando tu ti trovi in tavoli importanti, perché quando si va a fare una sessione di design thinking con il board Di del consiglio d'amministrazione di una di una società che opera sul mercato, ti trovi davanti soggetti.
Che si sentono tutti un po dei padreterni.
No, perché quell'impresa l'hanno messa su, l'hanno condotta e ha ottenuto brillanti risultati.
EE adesso anche capiscono poco perché bisogna metterci mano a questa meravigliosa realtà e quindi quando tu cominci a farli riflettere, li fai le domande più cretine e li costringi a scrivere su dei pezzi di carta e li costringi ad andare a fare disegni alla lavagna che un po si può fare con garbo.
Ma si può fare ed è utile perché uno proprio sgombra un po la mente da tutte le infrastrutture, perché poi ciascuno di quei soggetti magari sta seduto a quel tavolo,

ognuno con la sua idea che secondo lui è la migliore ed è quella vincente.
E magari sono 5 componenti.
Consiglio di amministrazioni che hanno 5 idee diverse e quindi andare a costruire un qualcosa di consolidato e condiviso da tutti non è un'operazione particolarmente facile.
Però giocare con queste cose, io penso che in parte Daniel Ling abbia abbia ragione e risulta anche divertente, perché alla fine se uno sgombra un po il campo dall'equivoco che sta perdendo del tempo.
EE questo dipende anche dall'autorevolezza che non è autorità ma deve essere veramente autorevolezza del del team che conduce questa cosa e quindi deve essere preliminarmente costruita.
Bisogna comunque andare a fare delle interviste, bisogna comunque raccogliere la la fase di empatia, come?
Come vedremo, si chiama la prima parte, quella di comprensione del contesto e degli interlocutori e degli stakeholder, deve essere gestita con molta, diciamo attenzione, delicatezza in quei casi e alla fine risulta divertente, perché le persone incredibilmente si rendono effettivamente conto che possono esprimere una creatività che era al di là delle loro stesse possibilità e che non si ferma alla prima idea che avevano in testa.
Usa metodi che abilitano l'empatia con le persone, perché effettivamente il team a quel punto diventa un team di progetto allargato in cui non ci sono, non c'è soltanto il team dei progettisti, ma si amplia ai soggetti attorno al tavolo, che possono essere anche diversi in sessioni diverse.
Insomma, si possono costruire anche meccanismi interessanti da questo punto di vista cerca di definire il problema per attivarsi e trovare la soluzione.
Non bisogna mai dimenticarsi in queste sessioni che bisogna rimanere coi piedi per terra.
Quindi, forse, caro Ludovico, il mio esempio del del laboratorio che vi ho mostrato è il tuo, avrebbero delle difficoltà da questo punto di vista, perché sono come dire due suggestioni forti e quindi dovremmo faticare per portare avanti ciascuna delle 2 1 delle due e con i nostri interlocutori.
Quindi diciamo che metodi che attivano l'empatia diventano fondamentali, però pure trovare soluzioni rimanendo con i piedi per terra diventa altrettanto fondamentale.
E qui vi inserisco subito una dimensione di cui bisogna assolutamente tenere conto in queste attività con molto rigore che è la gestione del tempo.

La sezione di preistoria nella fase di ideazione di un progetto, non può durare mesi, perché è vero che bisogna cercare in un certo momento, quasi a fare un gioco a chi la spara più grossa, proprio per cercare di tirar fuori tirare fuori da creative, ma poi bisogna abbattere il tempo perché altrimenti si perde di vista la focalizzazione sulla soluzione che va trovata, quindi ci vuole molta attenzione a non perdere per strada l'idea che sarebbe stata veramente buona, ma bisogna essere anche molto rigorosi nell'utilizzo di questi metodi per battere i tempi senza senza far sì che poi.
Alla fine qualcuno decida che basta sto gioco, è durato pure troppo, si fa come dico io, punto e basta, che è un esito a cui spesso si si va a finire in queste sessioni che non è proprio quello ottimale dal punto di vista del risultato, che che si che si potrebbe conseguire.
Il design thinking permette di ideare ed esplorare soluzioni con questa alternarsi di fasi di pensiero divergente e convergente che abbiamo già in qualche modo concetto che abbiamo già in qualche modo sfiorato.
Richiede la collaborazione, questa è una cosa importante.
I soggetti attorno al tavolo di una sessione di senking con l'aiuto del team di progettisti che li che li facilita, devono rendersi conto che hanno l'obbligo di collaborare in qualche modo proprio perché si devono mettere in una.
Situazione in una in una modalità.
In cui, per esempio, non è che si adeguano alla velocità della luce alla prima e unica proposta che farà l'amministratore delegato o il Presidente del consiglio d'amministrazione.
Molto spesso si ha anche una dialettica di rapporto tra questi soggetti, per cui l'esplorazione delle soluzioni richiede una collaborazione in cui in sostanza, in quelle sessioni ci sono soltanto dei pari.
Siamo tutti pari perché tutti possono avere la buona idea.
Non è detto che la buona idea, cioè l'abbia solo l'amministrato delegato, qui fa molto spesa molto l'approccio della cultura di leadership, lo stile leadership di quella organizzazione.
Perché se uno stile di leadership improntato dal fatto che l'amministratore delegato sia scelto, tutti i suoi collaboratori, i direttori di divisione, perché gli dicono sempre di sì senza esprimere alcun contenuto e beh, partiamo, partiamo male.
Se lo stile di leadership di quelle organizzazione e che l'amministratore delegato si è circondato dalle persone più valide che ha conosciuto, che ha selezionato con le quali ha lavorato per costruire una squadra, io preferisco lavorare con quelli, avere

dei collaboratori bravi che prenderanno prima o poi il mio posto, ma insieme vinceremo un sacco di campionati e avremo un sacco di idee.
Se seleziono gente perché mi dice solo di si i famosi Yes man, oh Yes, Women ebbe.
Perdo quindi collaborazione, vuol dire innanzitutto mettiamoci tutti allo stesso livello di possibilità di esprimere le nostre idee.
E poi c'è questo, questa logica di prototipazione interattiva, quindi fase di prototipizzazione, prototipi, prototipazione con analisi dei feedback che possono anche magari farci tornare indietro nel processo di progettazione.
Perche danno evidenza di una serie di problematiche che vanno affrontate diversamente, è molto importante, si può applicare ad ambiti molto diversi.
L'abbiamo visto prima.
Chi ne parla come di una modalità per cui, Eh, si potrebbe affrontare il tema dell'eliminazione della fame nel mondo o della guerra e che chi ne parla come qualcosa di più modesto e limitato alla definizione di nuove strategie di business, nuovi modelli organizzativi e quant'altro però effettivamente da un punto di vista teorico.
E utilizzare l'empatia, lavorare con creatività, rispettare e gli esseri umani sono principi importanti in tanti settori.
Questa Carta ci fa vedere un confronto che è un po quello che dicevo prima, per esempio tra il mondo del business e il mondo dell'arte.
E il design thinking vuole stare in mezzo adesso, con i minuti che ci restano, vediamo questa e poi se avete domande eh.
Rispondiamo alle domande allora.
Il mondo della creatività.
Ah, quello avevo invertito le parti del cervello.
Il mondo parto dalla dalla casellina in alto a sinistra, in alto a destra.
Il mondo della creatività, il mondo dell'arte lavora con la parte destra del cervello, con la parte irrazionale OO comunque col pensiero, la parte in cui, secondo gli studiosi, il nostro cervello elabora le idee più creative, il mondo del business lavora con la parte sinistra.
Io devo dire la verità, a me sembra queste parti si siano invertite, però Daniel linga le le ha dette così, io penso che sia il contrario.
Sinceramente, però magari David Ling è mancino e quindi vede vede le cose diversamente.
Gli design tinga questa pretesa di utilizzare entrambi le parti del cervello per risolvere

i problemi e quindi torniamo a quel discorso che potremmo tradurre con fasi di pensiero convergente, quelle più razionali.
Fasi di pensiero divergente, quelle più creative, quelle due, quei due modi di utilizzare del cervello che dicevamo prima.
Il il mondo del business thinking è legato a strutture diciamo Eh a ad attività strutturate e razionali.
I piani di lavoro, la scansione dei tempi, l'analisi costi benefici eccetera eccetera, il mondo dell'arte e gioca con l'intuizione e con le emozioni.
Anche in questo caso, il design thinking ha la pretesa di mettere insieme questi due aspetti, è un po quello che dicevamo prima.
Funzionalità EE valore.
Eh non Eh, diciamo valore immateriale.
Il mondo del business si focalizza sull'analisi, ho un problema, devo sviscerarlo fino in fondo prima di ogni altra cosa, cerco di analizzare esattamente la situazione.
Cerco di analizzare il problema, il mondo dell'arte è focalizzato sulla creazione, sulla, sull'espressione, diciamo creativa, in senso ampio.
Ampio ancora una volta il Desert King a metà.
Perché bisogna fare un'analisi approfondita per capire un contesto, ma poi bisogna anche lasciare andare le capacità di pre storming per trovare una soluzione e arrivare a una sintesi.
Quindi diciamo che effettivamente.
Questa tabellina sembra tirare molto, no?
Fa chifo per il design thinking come se veramente fosse la soluzione, cioè se tutti ragionassimo come come un designer, il mondo sarebbe molto migliore, forse in parte, forse in parte, è pure vero, perché alcuni principi sono comunque principi di rispetto reciproco, l'empatia.
Una leadership basata sull autorevolezza e non sull'autorità sul coaching piuttosto che sul controllo, insomma sul principi di sana convivenza organizzativa.
Quindi in parte ci sta anche questa presunzione, diciamo per i cultori di questo, di questo modello, di questa, di questa metodologia e il business.
Sì, diciamo che tratta un problemi ben definiti, ben identificati.
E l'arte si occupa di qualcosa di non definito.
Spazia Eh nell'index finito.
È interessante come sta a metà in questa tabella il design thinking perché il design thinking si occupa di problemi definiti male, cioè che non si sa se sono problemi, se

sono opportunità, se sono e necessità latenti, se sono malesseri diciamo che sta a metà perché riesce in qualche modo a fare entrambe le cose e spesso le tematiche, come ad esempio la trasformazione digitale delle organizzazioni che si affrontano con il design thinking, non sono proprio ben definite.
Perché non si sa bene quali tecnologie vanno utilizzate per fare che cosa e quindi va costruito un qualcosa che non è una ricetta, diciamo così già scritta.
Abbiamo tutta una serie di ingredienti, ma bisogna capire quelli che ci servono, quelli che non ci servono e quelli che ci servono, come metterli insieme?
In che modo e in che tempi?
Quindi problemi non ben definiti mal definiti.
Il business sembrerebbe questa, è una concezione un po limitativa, ma sembrerebbe molto orientato, prevalentemente orientato soltanto orientato a migliorare i propri risultati.
Quindi essenzialmente si muove per obiettivi di fatturato, ma per raggiungere quegli obiettivi forse bisogna fare delle cose che nulla hanno a che vedere col fatturato.
In realtà l'arte esplora nuove idee.
Anche il mondo della quotazione delle opere d'arte è un mondo stranissimo in cui in cui.
Valgono delle regole che che non sono tali e anche per la loro quotazione.
Il design thinking ha l'obiettivo di migliorare l'esperienza di un utente, di un servizio del cliente che utilizza un prodotto, migliorare l'esperienza.
Quindi rendere l'esperienza di utilizzo di quel servizio, di quel prodotto come unica e irripetibile e indimenticabile.
Quindi sostanzialmente.
Deve cogliere le esigenze, deve cogliere bene le esigenze dei clienti e degli utenti per poter effettivamente valorizzare l'esperienza d'uso che quei clienti e quegli utenti faranno di quel prodotto e di quel servizio.
Perché a quella esperienza d'uso, alla benessere in qualche modo generato da quell'esperienza si associa anche una componente fondamentale di quel valore immateriale che viene riconosciuto a quel bene, EA, quel servizio.
Il mondo del business sembrerebbe analizzare e decidere il mondo dell'arte sembrerebbe percepire e creare il mondo del design thinking.
Svolge queste diciamo attività di rapporto empatico con il contesto in cui lavora, la definizione degli obiettivi, l'ideazione di nuove soluzioni, la prototipizzazione di queste soluzioni EI cicli di test e di verifica delle soluzioni proposte.

Lo slogan dell'uomo di Business della donna di business potrebbe essere, andiamo a risolvere i problemi, fatemi risolvere il problema.
Lo slogan dell'artista e.
Ma quale problema?
Non c'è nessun problema, c'è solo un mondo da comprendere in tutte le sue 1000 sfumature e valorizzando tutta una serie di aspetti intangibili.
L'approccio del designer è quello di dire di domandarsi, qual è il problema?
Qual è l'opportunità?
Qual è l'esigenza che stiamo cercando di affrontare?
Quindi, anche in un certo senso.
In questo caso si colloca un po a metà tra un approccio un po brutalmente indicato nella colonna di sinistra.
Perché se andassimo a vedere tutte queste cose, la colonna di sinistra sul modo di pensare del business, secondo me il business non si farebbe perché mancano dei pezzi fondamentali.
Mancano tutte le competenze soft, sembrerebbe quasi il mondo dell'arte è una cosa particolarissima e che può presentare anche delle difficoltà oggettive di comprensione in alcune declinazioni.
Il mondo e design thinking, in questa duplicità di punti di vista, in queste due facce della medaglia, cerca di in qualche modo armonizzare queste due, diciamo linee di pensiero, se non avete domande, io per stasera ho finito.
Considerazioni, suggerimenti, domande sono.
Sono.
Graditissime.
Angelica, dai, stasera stasera chiudi tu che ci dici?

Angelica Girotto 1:14:15
No, forse si può definire il design thinking come un servizio esperienziale, cioè a meno la mia esperienziale, cioè di Culturale che ho fatto un po si parlava tanto di creare i pacchetti esperienziali che adesso, soprattutto come parlavo anche più Ludovico da un anche un bene culturale si può riuscire a creare un pacchetto di esperienze che adesso ormai è il fondamento principale per per qualsiasi cliente.

SANTE DOTTO 1:14:36
Sì.

Angelica Girotto 1:14:40
Non si cerca +1 qualcosa di concreto, ma proprio un'esperienza che possa rimanere in modo intangibile.
Intangibile, effettivamente tu non so se si può collegare effettivamente design King.

SANTE DOTTO 1:14:50
Ma collegare nel senso utilizzare per la progettazione di servizi esperienziali design thinking.

Angelica Girotto 1:14:54
Si, esatto.

SANTE DOTTO 1:14:56
In questo senso dicevi sì, come no, anzi.

Angelica Girotto 1:14:56
Esatto, sì.

SANTE DOTTO 1:15:00
È è importante questo aspetto nel mondo del turismo, ad esempio, e della valorizzazione dei beni culturali ormai da anni si utilizzano metodi di questo tipo proprio per cogliere questi aspetti che altrimenti verrebbero, diciamo si, si rischia di sottovalutarli.

Angelica Girotto 1:15:08
Esatto, sì.

SANTE DOTTO 1:15:17
Ecco, e dal punto di vista proprio del metodo diciamo che è molto esperienziale di per sé, perché in qualche modo cerca di mettere a nudo, cioè portare tutti i partecipanti alla sessione dei santi Inking.
Non parlo dei dei progettisti, parlo di quelli che devono poi prendere le decisioni e che vengono facilitati dal team di progettisti che poi di solito team progettisti sono 123 persone, insomma, e devono essere quasi costretti AA ha a lavorare su un foglio

di carta bianca.
Cioè la prima proprio e da questo punto di vista diventa una metodologia in cui si vive un'esperienza totalmente diversa da quella che ci si poteva aspettare.
Per questo spesso viene sottovalutata all'inizio, perché sembra che stiamo a perdere tempo a fatte giochi.
EE va condotta con molta e diciamo attenzione in modo molto scrupoloso, proprio per evitare che si.
Insomma, ci si deconcentri in un certo senso, no e.
Ecco portare tutti i partecipanti a comprendere come il modo migliore per affrontare un forte progetto di innovazione è quello di provare a capitalizzare su tutte le proprie esperienze e su tutte le proprie competenze.
Ma vivendo una situazione in cui di fatto mi metto nella condizione di partire da un foglio di carta bianco che è una grande opportunità perché io dico sempre in questi contesti cerchiamo di metterci in testa, che abbiamo l'opportunità di fare quello che non abbiamo mai avuto.
Il coraggio neanche di proporre.
E questa è l'opportunità e questo è il momento di farlo.
Quindi di per se, è un metodo che cambia proprio.
Insomma, le regole d'ingaggio e quindi e diventa un'esperienza, una sessione di design thinking che può essere di forte impatto per i partecipanti.
Perché dopo che ti sei diciamo, ribellato, ti sei adattato?
Hai cominciato ripercorrendo un po quel ciclo, vi ricordate quel ciclo della paura dell'innovazione?
Ecco quello nelle sessioni dei Senti un po si vive quella cosa perché c'è la paura, ti sta perdere tempo e soldi in una sessione che non si sa dove arriva.
Che cosa porterà poi piano piano ci si, piano piano bisogna pure veloci, perché il tempo va, va battuto seriamente, poi piano piano si comincia a capire che però forse è divertente.
Insomma, sì, certo.
Poi vengono fuori dai strada e poi si converge e poi si è un'esperienza completamente nuova per taluni soggetti che ti può cambiare il modo di vedere le cose.
Anche il rapporto dei tuoi collaboratori a penso ai top manager, ma quindi?
Ed è anche istruttivo partecipare a queste sessioni anche un po, diciamo quando possibile, magari in sessioni parallele si può anche fare un lavoro a diversi livelli, ma il

coinvolgimento dei Professional in in alcune fasi di sviluppo creativo in questo senso è utile perché è anche un modo questo modo di ragionare e di affrontare i problemi che arricchisce.
All'improvviso, diciamo così.
Immediatamente la cultura organizzativa di una realtà imprenditoriale di una realtà.
Perché effettivamente le persone che partecipano una volta passata la fase iniziale di primo impatto, che può essere anche un po negativa, si rendono conto che sono essi stessi portatori di una creatività, di un di di una, di una capacità di innovare che non si riconoscevano.
E quindi, insomma, sono dinamiche interessanti anche all'interno del gruppo di lavoro, proprio come esperienza di per se.
Quindi la tua domanda c'ha un po 2, 2 considerazioni, mi ha fatto venire una l'utilizzo finalizzato a una tipologia di progetto, l'altra un'esperienza di importante di per sé, dimessa su a terra di competenze soft che di solito magari non vengono utilizzate richieste, così come il metodo chiama a utilizzarle EA richiederle.
Va bene?
Con la considerazione di Angelica, io direi che ci possiamo lasciare, anche perché sono le 08:14, se vedo bene e quindi siamo.
Perfettamente in orario, come quasi sempre, se ci sono altre domande sono qua.
Intanto chiudo la registrazione.
Mi appresto a chiudere anche la se la sessione, la sessione.

◉ **SANTE DOTTO** trascrizione arrestata