



Valorizzare le idee



Фондация на бизнеса за образованието
Business Foundation for Education



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



AGITATEUR NUMÉRIQUE
DEPUIS 1999



CITIZENS
IN POWER



innovation hive



ASSOCIATION HEXAGONALE
de l'Innovation Sociale et de l'Éducation



Фондация на бизнеса за образованието

Partnership



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Indice dei contenuti



1. Introduzione
2. Risultati dell'apprendimento
3. Teoria
 - Il prezzo della grande idea
 - Da dove partire
 - Il paradosso della valutazione
 - Le trappole della valutazione
 - Definire la gerarchia dei valori
 - Ritorno al Design Thinking
 - Altri metodi di valutazione
 - Sintesi
4. Esempi e buone pratiche
5. Quiz
6. Riferimenti



Introduzione



Questo modulo si propone di aiutarvi a capire e a sfruttare al meglio le idee e le opportunità che avete. A tal fine, dovete essere in grado di conoscere la differenza e di giudicare il valore in termini sociali, culturali ed economici.

L'obiettivo principale del modulo è il processo di valutazione e la previsione del valore che le idee potrebbero avere.



Risultati dell'apprendimento



Comprendere i moderni concetti di valutazione e previsione del valore che le idee possono avere in termini di prospettive diverse, come quelle sociali, culturali, economiche, ambientali, ecc.



Essere in grado di applicare diversi metodi e tecniche di valutazione delle idee.



Risultati dell'apprendimento



Comprendere il ruolo del valutatore ed essere in grado di superare le trappole e le difficoltà nel processo di valutazione delle idee.



Rivalutare l'importanza e la capacità di applicare la propria creatività, i propri valori personali e professionali alle nuove idee che si vogliono realizzare.





Il prezzo della grande idea

Le grandi idee senza esecuzione non hanno valore. D'altro canto, un'idea modesta con un'esecuzione brillante potrebbe avere un impatto significativo e generare profitti e sostenibilità.

Per aumentare le probabilità di successo dell'attuazione di un'idea, l'imprenditore dovrebbe:

- comprendere come valutare le idee in termini di prospettiva sociale, culturale ed economica
- conoscere ed essere in grado di applicare diverse tecniche, strumenti e approcci per la valutazione delle idee e per l'organizzazione della loro realizzazione
- saper valutare il fabbisogno di risorse e realizzare un business plan
- essere pronti a essere pronti al digitale e all'online.



Valutare le proprie idee in termini di prospettiva sociale, culturale, ambientale ed economica.

Perché valutare le idee



Ci sono molti esempi di come grandi idee possano trasformarsi in grandi disastri: l'energia nucleare - trasformata in arma; la plastica - trasformata in inquinamento globale; internet - trasformato in dipendenza; il sistema scolastico - in società analfabeta.

È inutile giudicare il passato, ma è il nostro più grande insegnante del perché dobbiamo valutare le nostre idee prima di iniziare a metterle in pratica!

Possiamo chiamarla L'ETICA dell'innovazione e della creazione. E oltre al profitto in sé, dobbiamo valutare l'impatto delle nostre idee sull'ambiente, sulla società, sulla cultura, sulle industrie, sul lavoro... se vogliamo un futuro significativo per l'umanità.



Quali sono i maggiori problemi del luogo in cui vivete? Utilizzate alcuni dati e statistiche ufficiali per comprendere l'impatto dei problemi sulla comunità e sull'ambiente.

Riflettete su come le vostre competenze, conoscenze ed esperienze possono contribuire a risolvere questi problemi.



Da dove partire



Comprendere i valori sociali

Il valore sociale indica l'intero valore netto che un'organizzazione o una persona fornisce alla società. È il cosiddetto Contratto sociale tra voi, il vostro team o la vostra organizzazione e la società.

Il valore sociale di un'idea è l'impatto totale del risultato dell'idea/prodotto/servizio nella società.

La società beneficia di idee e soluzioni che soddisfano le sue esigenze e contribuiscono a cambiare la mentalità in termini di responsabilità e sostenibilità.

È necessario:

- Comprendere le esigenze della società. Come? Comunicando con le persone.
- Coinvolgete la società nei vostri progetti. Fate in modo che possano testare e dare un feedback e delle idee.
- Rispettate le altre componenti dell'ecosistema: culturali, ambientali, morali, economiche.
- Create fiducia in tutte le vostre azioni. Siate trasparenti e mantenete le vostre promesse.



Da dove partire



Rispettare i valori culturali

Dovete prendere in considerazione il contesto culturale in cui volete applicare le vostre idee. Soprattutto in una società multiculturale in cui la lingua, le tradizioni e i costumi, le conoscenze, il cibo, i valori, le relazioni interne, il codice di abbigliamento, la religione, la sessualità e così via possono variare in misura enorme.

Integrare le questioni ambientali

Dovete integrare l'aspetto ambientale nelle vostre nuove idee, soluzioni, prodotti e servizi che state per offrire.

Le innovazioni servono anche a cambiare la mente, non solo a soddisfare le esigenze degli utenti.



Essere economicamente ragionevoli

Trarre profitto dalle proprie idee e innovazioni fa parte degli obiettivi che potreste avere.

Assicuratevi di comprendere il mercato e di essere in grado di prevedere, pianificare, organizzare, trovare investitori ed eseguire le vostre idee.

Valutare i benefici che un'idea promette rispetto al costo dello sviluppo (l'investimento).

Il paradosso della valutazione

La valutazione di nuove idee è un lavoro difficile e impegnativo, a prescindere dal numero di strumenti utilizzati e dall'esperienza acquisita.

"NUOVO" significa qualcosa che non conosciamo, che non abbiamo ancora sperimentato e su cui abbiamo poche informazioni e dati.

Ci sono due situazioni fondamentali in cui è necessario valutare le idee:

1. Quando si valutano le idee relative all'attività esistente. Allora è necessario disporre di metriche razionali dell'attività esistente. Semplice.
2. Quando si valutano idee completamente nuove e innovative. Allora le metriche tradizionali semplicemente non funzionano (Dilemma dell'innovatore). È necessario disporre di una serie di strumenti, approcci, tecniche, creatività e persone diverse.

In tutti i casi avrete bisogno di una serie di criteri diversi (qualitativi e quantitativi, ciascuno con un peso diverso), per considerare i diversi aspetti e dimensioni dell'idea.

Poi potrete valutare i risultati e valutare le idee. I dati e i numeri che utilizzerete potrebbero non essere del tutto corretti, ma questo approccio vi darà comunque maggiori possibilità di valutare più aspetti dell'idea.

CONSIGLI E TRUCCHI:

- Coinvolgete più persone e mantenete il processo trasparente, creativo e focalizzato su un determinato obiettivo.
- Per idee diverse utilizzate metodi diversi!
- Fate in modo che la valutazione delle idee faccia parte del vostro percorso di sviluppo professionale e personale.



Le trappole della valutazione

La pratica della valutazione di nuove idee è piuttosto nuova nella nostra vita. Solo di recente gli specialisti stanno affrontando la sfida di valutare un numero così elevato di idee di altre persone, al fine di selezionare e investire in alcune di esse.

I professionisti non hanno ancora le competenze necessarie o guardano le cose in modo unilaterale, solo dal proprio punto di vista. Possono privilegiare le idee di persone che conoscono o che in qualche modo gli assomigliano di più, o che gli piacciono, o di cui sono amici/colleghi, oppure concentrarsi sulle idee più facili.

I criteri più utilizzati, tuttavia, sono la NOVITÀ (per esaminare le somiglianze e le differenze con prodotti/servizi già esistenti), la FATTIBILITÀ (per analizzare se l'idea è realizzabile in base alle risorse a cui si può accedere e se si può essere competitivi sul mercato) e il POTENZIALE DI MERCATO (per valutare le entrate potenziali di un prodotto o servizio in un determinato momento).

Tuttavia, non esistono definizioni univoche di cosa sia una buona idea. Perché le buone idee possono avere una gamma troppo ampia di vantaggi.

La redditività finanziaria è solo una piccola parte della definizione di "buona idea", insieme all'impatto complessivo, alla sostenibilità, ai bisogni che soddisfa, alle persone che coinvolge, ecc.



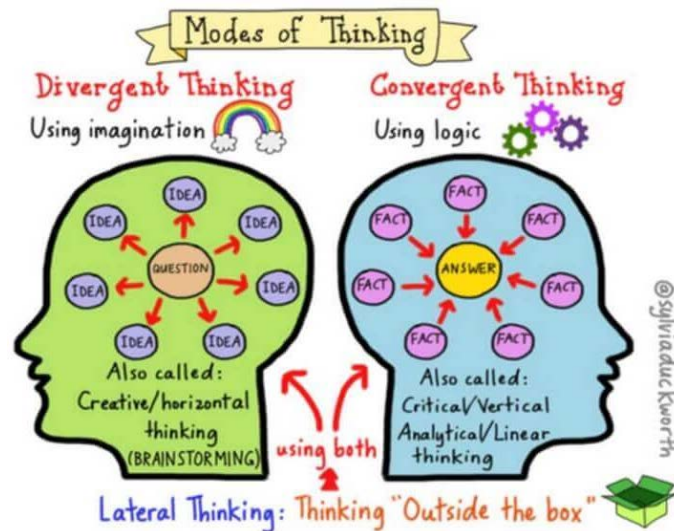


Buone pratiche

Una ricerca mostra che le persone che sono creatrici di idee hanno più successo nel ruolo di valutatori, rispetto alle persone che non sono creative ma hanno il ruolo di manager, grazie alla combinazione di pensiero divergente (generazione di idee), pensiero convergente (valutazione delle idee) e pensiero laterale (pensare fuori dagli schemi) nel ruolo di creatore, mentre il ruolo di manager enfatizza solo il pensiero convergente.

La previsione creativa, quindi, collega meglio la creatività e l'innovazione e dovrebbe far parte del processo di valutazione insieme agli approcci di marketing tradizionali.

Va inoltre considerato un altro elemento importante: le persone che stanno dietro all'idea, con tutta la loro energia, la loro motivazione, i loro valori, le loro spinte, per realizzare le loro idee. Questi elementi sono difficili da valutare con formule e strumenti di marketing o finanziari.



www.teachthought.com/critical-thinking/3-modes-of-thought-divergent-convergent-thinking/



Teoria della gerarchia dei valori

Poiché siamo consapevoli che la sfida più grande è selezionare le idee, piuttosto che generarle, la domanda è: Come si fa a decidere quali idee scegliere e quali abbandonare?

Il fratello maggiore di Walt Disney, Roy Disney, lo ha definito bene:

"Quando i tuoi valori sono chiari per te, prendere decisioni diventa più facile!".

La prima (ma fondamentale) semplice tecnica di valutazione è la Gerarchia dei valori, che mette in relazione le decisioni con i valori personali o organizzativi.

ESEMPIO: se i vostri valori più alti sono la fiducia e il rispetto, è improbabile che andiate contro di essi e che offriate una soluzione, un servizio o un prodotto non ancora sufficientemente collaudati e che potrebbero deludere i vostri utenti finali.



thefamouspeople.com



[How To Evaluate Your Ideas Using A Value Hierarchy \(3 min\)](#)

Definire la gerarchia dei valori

Rimanere in contatto con i propri valori vi darà un punto di riferimento nelle situazioni in cui dovrete fare una scelta.

I valori sono di solito stabili, anche se nel corso della vita possono cambiare. Ecco perché potete rivederli di tanto in tanto ed essere sicuri di essere sulla strada che desiderate!

Esistono due approcci di base per definire i propri valori:

- Scegliere da un elenco di valori e descrivere come si desidera utilizzarli.
- Fare una panoramica dei diversi momenti della vostra vita in cui siete stati felici e soddisfatti, delle persone che ammirate e analizzare quali valori sono alla base di tutto ciò.

Esercizio:

Scegliete uno dei metodi e definite i valori professionali e personali che vi sforzate di applicare nella vostra vita quotidiana e nel vostro lavoro!

Scegliete i 3 più importanti al momento per voi!

Buone pratiche:

- Questo elenco può essere utilizzato per:
- Prendere decisioni.
- Scegliere un lavoro o una posizione in un'organizzazione.
- Applicare un determinato comportamento o soluzione.
- Aiutare i vostri clienti (persone per le quali state cercando di inventare una soluzione) a comprendere i loro valori.



Torniamo al Design Thinking

Fase 4 e 5 - Prototipare, testare, ottenere feedback e migliorare

Come abbiamo già discusso nel modulo precedente, il metodo del Design Thinking è uno dei più utilizzati per generare idee e valutarle.

Nelle prime tre fasi si definisce il profilo degli utenti, le loro esigenze o problemi e si generano idee su come aiutarli.

Nelle fasi 4 e 5 si creano i primi prototipi e li si testa. Perché? Perché è più economico, più veloce e si ottengono preziosi feedback e idee per ulteriori sviluppi o correzioni.

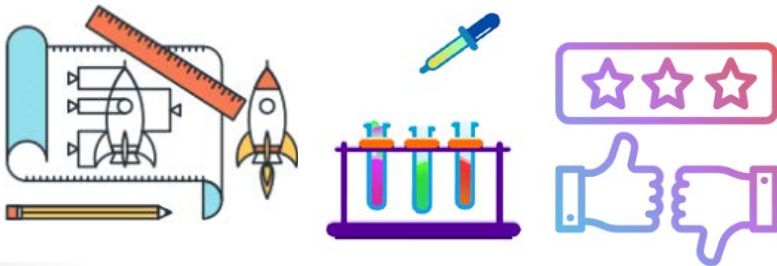


Torniamo al Design Thinking

Suggerimenti e trucchi

Creare un prototipo

- Utilizzate il vostro team per aiutarvi.
- Abbozzate un prototipo rapido e poco costoso per ogni idea.
- Criticate, iterate e scartate i prototipi che non sono ideali.
- Trovate la migliore soluzione possibile ed eliminate eventuali vincoli e problemi.



Testing

Dopo aver ottenuto un prototipo vincente, potete effettuare un test con i vostri utenti.

- Osservate come le persone utilizzano il prototipo.
- Non spiegateglielo, ma mostrateglielo.
- Il modo in cui interagiscono con il prototipo vi farà capire quanto sia valido.
- Chiedete loro le loro impressioni.
- Il feedback vi indurrà a ridefinire il prodotto o a rivalutare le esigenze degli utenti.
- Miglioratelo (in questa fase potrebbe essere necessario avviare il processo di Design Thinking dall'inizio, per generare nuove idee e valutare le esigenze).

Altri metodi di valutazione

Matrice di valutazione (Matrice di valutazione del concetto o Matrice di valutazione dell'innovazione)

IDEA DROP	Time	Cost	Potential Impact	Monetary Impact	
Criteria Coefficient					
Idea A					
Weighted rating					
Idea B					
Weighted rating					
...					

<https://ideadrop.co/idea-management/idea-evaluation-matrix/>

- Per comprendere il significato e il peso dei criteri scelti nel processo di valutazione delle idee, potrete aver bisogno di uno strumento che vi aiuti a visualizzarli tutti. Si tratta della cosiddetta matrice. Esistono diversi tipi di matrice, ma una volta che l'avrete capita, potrete creare la vostra.
- Di seguito illustreremo le sei fasi del processo della matrice di valutazione:
- Fase 1: selezionare le idee da inserire nella matrice. Si tratta di idee che si vogliono confrontare.
- Fase 2: Scegliere i criteri di selezione delle idee, ad esempio: Tempo, Costo, Impatto potenziale (sociale, culturale, ambientale, monetario), Legame con gli obiettivi strategici, ecc.



Matrice di valutazione

Fase 3: Valutazione dei criteri/coefficiente dei criteri

La scala può andare da 1 (minimo) a quanti criteri avete (per esempio 5 - massimo).

IDEA DROP	Time	Cost	Potential Impact	Monetary Impact	
Criteria Coefficient	1	2	3	5	

Fase 4: assegnare un punteggio a ogni idea

In base ai criteri scelti, assegnate un punteggio da 1 a 5 al grado di rispondenza di ogni idea a ciascuno dei criteri scelti.

Ad esempio, se l'idea A ha un'elevata efficienza in termini di costi, assegnatele un punteggio di 5, mentre se il suo impatto monetario è basso, assegnatele un punteggio di 1

IDEA DROP	Time	Cost	Potential Impact	Monetary Impact	
Criteria Coefficient	1	2	3	5	
Idea A	5	4	3	1	



Matrice di valutazione

Fase 5: Calcolo del punteggio ponderato di ogni idea

- Procedete come indicato nell'esempio seguente:
- Trovate il punteggio ponderato moltiplicando il coefficiente dei criteri per il punteggio dell'idea.
- Dovrete calcolare questi punteggi ponderati per ciascuna idea in base a tutti i criteri.

IDEA DROP	Time	Cost	Potential Impact	Monetary Impact	
Criteria Coefficient	1	2	3	5	
Idea A	5	4	3	1	
Weighted rating	$1 \times 5 = 5$	$2 \times 4 = 8$	$3 \times 3 = 9$	$5 \times 1 = 5$	
Idea B	2	3	4	5	
Weighted rating	$1 \times 2 = 2$	$2 \times 3 = 6$	$3 \times 4 = 12$	$5 \times 5 = 25$	



Matrice di valutazione

Fase 6: Somma dei punteggi ponderati e confronto del punteggio totale di tutte le idee

Il passo finale consiste nel sommare i punteggi ponderati e scriverli nella colonna finale della matrice.

Confrontate questi punteggi per valutare quali idee sono più valide (i punteggi più alti) e quali meno. Scegliete le idee migliori e proseguite!

IDEA DROP	Time	Cost	Potential Impact	Monetary Impact	TOTAL
Criteria Coefficient	1	2	3	5	
Idea A	5	4	3	1	
Weighted rating	1x5=5	2x4=8	3x3=9	5x1=5	sum=27
Idea B	2	3	4	5	
Weighted rating	1x2=2	2x3=6	3x4=12	5x5=25	sum=45

Suggerimenti e trucchi

Se avete centinaia di idee da filtrare, potreste aver bisogno di un'altra fase prima di usare la Matrice di valutazione. Potete organizzare un concorso e lasciare che le persone votino, commentino e valutino liberamente. Questo vi aiuterà anche a capire la prospettiva, l'atteggiamento e le esigenze dei clienti. E avrete meno idee da confrontare e scegliere.



Matrice di valutazione 2

Una volta classificate le idee, potete utilizzare un altro tipo di matrice per visualizzarle tutte, questa volta utilizzando i fattori IMPATTO e SFORZO. Questo può aiutarvi a sostenere le idee che possono facilmente andare in alto a sinistra.



<https://hatrabbits.com/en/evaluation-matrix-download/>

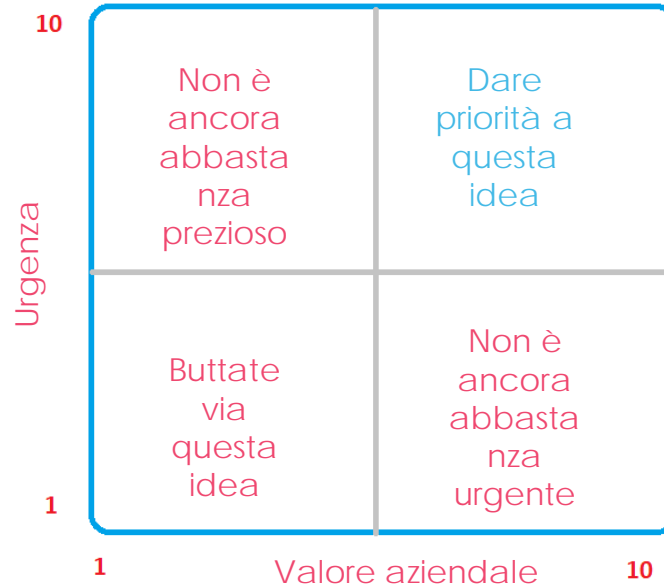


Matrice di valutazione 3

Urgenza vs. Valore aziendale - Matrice

Questo metodo aiuta a stabilire le priorità delle idee, delle soluzioni e delle esigenze da soddisfare per prime. Soprattutto quando si lavora con persone o problemi ambientali. È necessario rispondere a due domande:

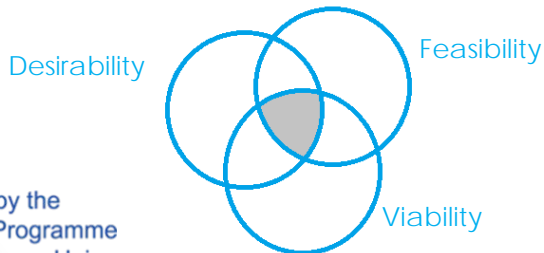
- Quanto è urgente questa idea?
- Qual è il Business Value dell'idea (qual è il costo dell'idea rispetto al valore che apporta)?
- E assegnare un punteggio da 1 a 10.
- È abbastanza evidente quali idee dovrebbero avere un "Go" e un "No-Go".



Altri metodi di valutazione

Tre lenti dell'innovazione

1. Raccogliere diverse idee.
2. Prendete queste idee e passatele attraverso la matrice delle tre lenti dell'innovazione:
3. Desiderabilità: quanto è desiderata questa idea? Quale problema risolve? Come fate a sapere che è importante (misure, dati, statistiche)?
4. Fattibilità: quanto è possibile che questa idea diventi realtà? Quanto costa?
5. Viabilità: quanto è forte questa idea nel tempo? Contiene un modello economico e sostenibile da mantenere?



Lista di controllo delle domande sull'idea

È necessario concentrarsi sulle domande a cui si deve rispondere per trasformare un'idea in un test. Le domande possono essere diverse per ogni occasione. Esempio:

- La vostra idea è legale?
- Qual è il suo impatto ambientale?
- Avrà effetti negativi?
- Chi è la vostra concorrenza?
- Chi la comprerà?
- Quanto costerà portare la vostra idea sul mercato?



Altri metodi di valutazione

Analisi costi-benefici

Gli investitori (e voi) dovrebbero essere interessati al costo delle idee. Un'analisi della somma di tutti i costi potrebbe aiutarvi a decidere se accettare o meno l'idea.

È possibile includere spese quali:

- costi per lo sviluppo del prototipo
- protezione del brevetto
- responsabilità del prodotto
- produzione
- distribuzione e ingresso nel mercato
- e molti altri...



Tecnica Delphi

Un metodo di previsione sistematico che utilizza il parere di esperti indipendenti per valutare la validità di un'idea. Si usa per prendere decisioni su questioni complesse basandosi su opinioni individuali.

Questo metodo è simile ai focus group, molto utilizzati nelle ricerche di marketing



Sintesi

Esistono molti metodi, approcci e tecniche per valutare le idee in termini di prospettiva sociale, culturale, ambientale, ecc.

A volte è persino difficile scegliere da dove partire e quale metodo scegliere.

Ricordate che dovete valutare molti elementi diversi, non solo uno.

La tabella seguente vi aiuterà a tenerli tutti a mente.

VALORE DELLE IDEE PER I CLIENTI/ Domande di base:

- **Necessità:** Come gli utenti valuteranno la necessità dei prodotti basati sull'idea?
- **Novità:** come valutano gli utenti la novità introdotta dall'idea?
- **Utilità:** Come gli utenti valuteranno l'utilità che l'idea ha apportato al prodotto?
- **Usabilità:** come gli utenti valuteranno l'usabilità del prodotto?



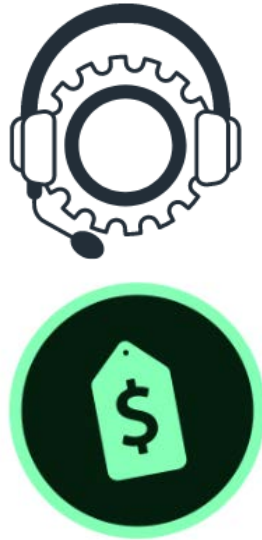
VALORE DI MERCATO DELLE IDEE / Domande di base:

- **Concorrenza:** Quanto è competitiva l'idea rispetto all'idea incorporata nel prodotto del concorrente?
- **Acquirente:** Quanto è competitiva l'idea rispetto alle aspettative del cliente?
- **Mercato:** In che modo l'idea è in competizione con le aspettative del mercato?



VALORE TECNICO E PRODUTTIVO DELLE IDEE / Domande di base:

- **Produttività:** Come l'idea influisce sulla possibilità di produzione?
- **Funzionalità:** in che modo l'idea influisce sulla funzionalità del prodotto?
- **Affidabilità:** in che modo l'idea influisce sull'affidabilità del prodotto?
- **Sicurezza:** Come l'idea influisce sulla sicurezza del prodotto?
- **Ecologia e ambiente:** L'idea influisce sull'ambiente e come?
- **Estetica:** L'idea influisce sull'estetica del prodotto?



- **VALORE FINANZIARIO DELLE IDEE /** Domande di base:
- **Volume delle vendite:** Qual è l'impatto dell'idea sul volume di vendite previsto del prodotto?
- **Tasso di rendimento:** In che modo le idee influenzano il tasso di rendimento dell'investimento?
- **Tempo di ritorno dell'investimento:** Come le idee influenzano il tempo di ritorno dell'investimento?
- **Investitori potenziali:** ci sono investitori interessati a investire in queste idee?

Buone pratiche

La generazione e la valutazione delle idee sono due strumenti potenti, che possono aiutare le organizzazioni a crescere e a sfruttare al meglio il potenziale delle persone.

Possono essere utilizzati come parte del lavoro quotidiano o come attività di team building/eventi.

- La loro applicazione in un'organizzazione garantisce
- Una migliore cooperazione, fiducia e impegno delle persone nei confronti dei progetti in cui sono coinvolte;
- una migliore comunicazione interna ed esterna
- Una migliore comprensione dei clienti e degli utenti finali;
- Migliori servizi e prodotti;
- Migliori processi di vendita;
- Sviluppo personale e professionale;
- Migliori opportunità di partnership;
- Innovazione e sviluppo;
- Migliore impatto complessivo nella società.

Buone pratiche di grandi idee trasformate in realtà dopo i processi di valutazione:

1. *La proposta di valore di Uber offre convenienza: basta un tocco e arriva un'auto, l'autista sa dove si va, il pagamento è senza contanti.*
2. *Avere un proprio sito web senza mal di testa tecnici: è possibile avere una bella landing page senza personale informatico utilizzando la piattaforma di ottimizzazione di Unbounce.*
3. *Stufa a razzo Gamera - una vecchia tecnologia per bruciare efficacemente la legna con emissioni nocive quasi nulle. La sua capacità è incredibilmente alta con un consumo molto basso di piccoli pezzi di legno.*



Panoramica del modulo

- Avete appena superato il modulo Valutare le idee, parte del programma di sviluppo DigiPort.
- Come ultimo strumento di questo modulo vi offriamo la SINTESI dei diversi metodi di valutazione delle idee.
- Imparare dal proprio percorso è uno degli strumenti più potenti per il proprio sviluppo.
- Riflettere su se stessi, sugli eventi, sulle persone, vi darà ulteriore fiducia e ispirazione nel vostro lavoro e nella vostra vita. E molte altre idee!
- Assicuratevi di rispettare i diritti d'autore, le licenze e le buone pratiche del settore!



Riferimenti

- [Valuing ideas](#)
- [Four Key Ideas For Social Value Creation](#)
- [How To Evaluate Your Ideas Using A Value Hierarchy](#)
- [How to use design thinking in the UX design process](#)
- [How to Know Which Ideas Your Company Should Pursue](#)
- [Balancing on the Creative Highwire: Forecasting the Success of Novel Ideas in Organizations](#)
- [Idea Evaluation Matrix: Step-by-Step Guide](#)
- [How To Pick The Best Ideas After A Brainstorm](#)
- [The 4 Best Methods To Evaluate Ideas For Your Innovation Pipeline](#)

Per ulteriori letture/osservazioni:

- [How To TEST ANY BUSINESS OR PRODUCT IDEA With REAL Customers → 3 Simple Steps](#)
- [6 Steps to Discover Your Core Values](#)
- [How to Define Your Personal Values](#)
- [My Career Path, Carnegie Mellon University](#)
- [A Model Of Idea Evaluation and Selection for Product Innovation](#)
- [Innovation Management – The Ultimate Guide](#)

Immagini libere nel modulo di:

- [masscommunicationtalk.com](https://www.masscommunicationtalk.com)
- [canva.com](https://www.canva.com)
- [thefamouspeople.com](https://www.thefamouspeople.com)
- [ideadrop.com](https://www.ideadrop.com)

