



FONDAZIONE ISTITUD

BUSINESS INNOVATION PRACTICE

Marketing, innovazione
e modelli di business
sostenibili

Business Innovation



La Fondazione ISTUD, nata nel 1970 per iniziativa di Assolombarda e di un gruppo di grandi aziende italiane e multinazionali, ha da sempre accompagnato l'evoluzione del management italiano, contribuendo in modo significativo alla diffusione di una moderna cultura gestionale. La missione di ISTUD è sostenere la crescita delle imprese che vogliono competere attraverso la realizzazione di un nuovo modello economico sostenibile, incentrato sulla creazione di valore per tutti gli attori del processo.

Dal 2010 ISTUD ha ampliato l'offerta per i suoi clienti, e oltre alla proposta già presente di action learning, conduce anche progetti di consulenza in varie aree aziendali e in modo particolare nel marketing - strategico e operativo - e nell'innovazione del business.

ISTUD conta oggi fra i suoi membri fondatori: AMIAT - Azienda Multiservizi Igiene Ambientale Torino, Angelini, Assolombarda, Barilla G. e R. Fratelli, CO-VER R&K Holding, Elea, Elica, Experientia, Ferrero Industrial Services Geie, FontanaArte, Gruppo Generali, Gruppo Zucchi, Intesa Sanpaolo, S.E.A. - Società Esercizi Aeroportuali, e, in qualità di membro partecipante, Telecom Italia.

I valori che ci ispirano

- **Potenzialità:** attenzione e aiuto per la persona, alla scoperta della sua maniera unica di creare valore attraverso lo sviluppo dei suoi talenti.
- **Sostenibilità:** approccio sistemico, etico e di lungo periodo al ruolo dell'impresa come generatore di valore economico e sociale.
- **Risultati:** aiutare davvero i nostri clienti, in maniera efficace e dimostrabile nella conduzione della loro impresa e nel raggiungimento del successo.
- **Metodo:** la correttezza scientifica, la ricerca e la sperimentazione come unica via per la crescita.
- **Integrità:** dialogo attento, trasparente e onesto con il cliente.
- **Squadra:** lavorare insieme con passione ed entusiasmo.

argomenti trattati

La Practice Business

Innovation della
Fondazione ISTUD si
occupa di innovazione,
di marketing e di
modelli di business
sostenibili.

Marketing

Il marketing che trasmette valore e significati, sostenendo un rapporto emozionale, di fiducia e di trasparenza tra la marca e chi acquista; la marca come fulcro della riconoscibilità, della coerenza e della continuità dell'impresa. Il web come opportunità di comunicazione integrata a tutti gli altri media in maniera organica.

Innovazione

L'innovazione come creazione di valore e processo integrato nella gestione delle imprese, impegno collettivo non confinato a marketing e R&D, e non solo collegato al prodotto. Strumenti di analisi, di azione e gestione; aspetti culturali dell'innovazione, le reti di impresa e i modelli di innovazione.



Practice Business Innovation

Per rinnovare l'impresa nell'offerta, nel marketing, nelle relazioni con i clienti, nel modo di fare business.

Per dar vita a nuovi modelli sostenibili di creazione del valore.

Marketing e Innovazione, come ha detto Peter Drucker, sono le funzioni vitali di un'impresa. Il loro scopo è di creare valore in maniera sostenibile nel tempo per tutti gli attori coinvolti nel processo economico, e di instaurare una relazione tra chi vende e chi compra fatta di emozioni positive, di trasparenza e di fiducia.

Nella nostra practice di Business Innovation siamo impegnati a sviluppare nuove idee e strumenti per il marketing e per l'innovazione non solo dell'offerta e del modo di comunicarla ma anche del modo di condurre il business. Attraverso lo studio, l'osservazione, le applicazioni, le ricerche e i progetti di consulenza.

Siamo manager, consulenti esperti di Marketing, Innovazione, Business Design, Sostenibilità, Strategia, Customer Service, Vendita.

Progettazione del modello commerciale

Modelli di business che creano valore per tutti gli attori del processo economico. Creazione di una relazione sostenibile tra offerta, prezzo, gestione dei costi e scelte operative. Due diligence commerciale.

Sostenibilità

Proposta di un modello per progettare la sostenibilità nell'impresa in maniera integrata e coerente, considerando gli aspetti sociali, economici, ambientali, di servizio al cliente e di qualità dei prodotti e servizi.

Customer Service

Creare una cultura condivisa da tutte le funzioni aziendali, relativa alla centralità del cliente. Vedere e gestire l'impresa come un organismo il cui fine è creare clienti soddisfatti.



i corsi interaziendali

I corsi della Business Innovation Practice sono occasioni di riflessione, di incontro e di aggiornamento per manager appartenenti ad aziende diverse. Grazie all'esperienza dei docenti, sempre provenienti dal mondo dell'impresa, i corsi diventano momenti di confronto e di scambio rispetto alle problematiche più attuali.

Il Marketing efficace: sfide, concetti e applicazioni

Cosa vuol dire fare marketing nella società di oggi fatta di clienti sempre più esigenti e di concorrenza onnipresente e aggressiva?

Il corso ripercorre in maniera sfidante ed aggiornata i temi chiave del marketing.

Gestire il brand: posizionamento e valori per creare l'engagement

I brand sono una grandissima fonte di valore per l'impresa, spesso una parte preponderante degli "intangibile assets" messi a bilancio. Ma come si fa a creare, rinnovare e gestire un brand?

Il corso si propone di portare elementi di riflessione sulle sfide che le tecnologie e l'evoluzione del consumatore portano con sé.

Gestire l'innovazione: strumenti e metodi operativi

L'innovazione non è una questione di creatività, ma di capacità di tradurre con successo, intuizione e competenze, in idee di business.

L'innovazione si può gestire come gli altri processi di cui l'impresa necessita, se si possiedono gli strumenti opportuni e il linguaggio di base.

Dall'osservazione del cliente allo sviluppo di nuovi prodotti e servizi

Come sviluppare prodotti per consumatori che hanno già tutto?

Il corso espone e sviluppa strumenti di osservazione, ideazione, valutazione e progettazione di prodotto e servizio, dedicando attenzione agli aspetti funzionali, emotivi e sensoriali.



Reinventare il marketing, nuovi pensieri e strumenti per nuovi consumatori

Come possiamo passare da un marketing invadente, che interrompe i consumatori, ad un marketing coinvolgente, che crei e comunica valore e che instauri un rapporto trasparente e di fiducia con le persone?

Il corso si propone di riflettere sulle strategie e le esecuzioni di tutte le tecniche di marketing, alla luce del mutato rapporto tra impresa e clienti.

Comunicare l'azienda

Per avere una visione completa sulle potenzialità di un approccio evoluto della comunicazione online, offrendo le nozioni culturali e gli strumenti tecnici necessari a riprogettare in modo "collaborativo" la strategia di marketing dell'azienda.

Programma Sales Management: la vendita a valore

Per sviluppare un approccio alla vendita a valore di tipo consulenziale; esplicitare le fasi di preparazione, analisi dei bisogni, presentazioni percepite di elevato valore; presidiare proattivamente la relazione con la clientela in un'ottica di partnership.

La sostenibilità economica, sociale ed ambientale come fattore competitivo

La sostenibilità economica, sociale e ambientale di un business sono un grande vantaggio competitivo la cui gestione deve essere parte integrante del modo di fare business.

Il corso fornisce esempi di successo e strumenti per progettare l'integrazione.

La negoziazione commerciale

Per riconoscere le principali tattiche negoziali e tecniche di vendita, per individuare i meccanismi psicologici tipici della relazione commerciale, per sviluppare il proprio stile di negoziazione commerciale.



formazione in house

La Practice Business Innovation realizza all'interno delle imprese percorsi formativi su misura per Marketing, Customer Service, Vendite, Sviluppo Prodotto. Oltre a questi, sono progettati percorsi multi-funzionali intesi al rafforzamento delle conoscenze di business e delle basi di marketing/ economia, necessarie a tutti i manager che ricoprono funzioni importanti a livello di quadri o dirigenti.

Alcuni Progetti di formazione sviluppati:

Formazione su business skills e creazione di valore

Progetto per un'importante azienda farmaceutica, per tutti i quadri aziendali dei diversi reparti. L'**obiettivo** è di dare le basi per comprendere come funziona e come produce valore l'impresa, e permettere alle persone di agire con una maggiore coscienza economica e commerciale relativa alle proprie azioni, anche al di là delle responsabilità funzionali.

Temi di marketing strategico e di customer focus, di strategia, di economia e finanza, di gestione dei costi.

Formazione sulla centralità del cliente

Progetto per un'azienda leader nella produzione di macchine utensili per la lavorazione del legno. L'**obiettivo** è di dare maggiore coscienza ai responsabili del servizio clienti - di sede e di assistenza in fabbrica - rispetto al ruolo strategico del loro lavoro e all'impatto delle loro scelte sui risultati aziendali a breve e a lungo termine.

Temi di economia, customer focus, vendite, interpersonal skills e lavoro di squadra.

Sviluppo di un processo integrato di Innovazione

Progetto per un'azienda leader nel settore delle pompe e circuiti idraulici.

L'**obiettivo** è di definire un processo condiviso tra tecnici e commerciali per gestire il portfolio di progetti di innovazione come attività strategica per l'impresa.

Temi di marketing strategico, analisi di mercato e customer focus, innovation management, attraverso aula e workshop.

Formazione internazionale e action learning per responsabili customer service in diversi Paesi europei

Progetto per una multinazionale operante nella progettazione, produzione e vendita di pneumatici. L'**obiettivo** è di aiutare i manager che operano all'interno del customer service a gestire con successo un nuovo ruolo strategico per il loro reparto e per loro come manager.

Temi: sviluppo di piani d'azione e project management, interpersonal skills e lavoro di squadra, knowledge sharing, vendite e customer care: attraverso formazione, assistenza sul campo, piattaforma di comunicazione.



Un ventaglio di approcci

La nostra offerta prevede diversi metodi di intervento in azienda: oltre ai corsi funzionali e di general management progettati ad hoc, sono previsti interventi di stimolo e workshop operativi.

Confronto per top management e imprenditori

Meeting of Minds: un'occasione di due giorni per confrontarsi sul futuro di un settore o di un'impresa e identificare nuove strade di sviluppo per il futuro.

Ispirazione e analogie da business e ambienti diversi

Attraverso il contributo di saperi provenienti da settori diversi, anche non manageriali, ricerca di analogie tra l'esperienza trattata e le dinamiche organizzative. Per arricchire la cultura professionale e stimolare nuovi modi di pensare.

Workshop e action learning per team aziendali

Progetti di ricerca e workshop con il cliente incentrati su temi specifici come il ripensamento del modello di business, la definizione di una strategia di marca, l'analisi delle competenze e la definizione della strategia organizzativa.

Consulenza: ISTUD People Consulting Team

La consulenza ISTUD nasce dallo stesso approccio attento e personalizzato che caratterizza la nostra formazione. E' una consulenza centrata sulle persone e sullo sviluppo:

- **Lavorare insieme:** la consulenza per noi è un processo interno all'impresa, dove il senso di progredire insieme, comprende clienti e consulenti come parte di una stessa squadra. I consulenti ISTUD, che hanno tutti maturato anni di esperienza aziendale, conoscono le sfide che le imprese hanno di fronte, e vogliono aiutarle a raggiungere risultati ma anche ad accrescere e consolidare le loro capacità.
- **Un approccio multidisciplinare:** i nostri consulenti, anche se specializzati in diverse funzioni aziendali, affrontano le opportunità e i problemi del business in modo multidisciplinare, creando in tutti i partecipanti aziendali ai progetti, una maggiore e più olistica coscienza del business e di come funziona.
- **Strategia in azione:** i nostri modelli di sviluppo della strategia di marketing e di innovazione guidano il pensiero, muovono all'azione e aiutano a produrre risultati.



La consulenza ISTUD è uno sviluppo naturale del nostro modo di fare formazione, ed è quindi caratterizzata:

- Dalla passione per i risultati che aiutino veramente il cliente nella conduzione dell'impresa e nel raggiungimento delle sue ambizioni.
- Dalla cura e attenzione nello sviluppo di progetti che, anche se basati su modelli ed esperienze provati in moltissime aziende, siano adatti all'unicità e alle ambizioni di ogni cliente.
- Dall'approccio sistemico alla creazione di valore economico in modo sostenibile.
- Dall'attenzione per le persone e dalla fiducia nelle loro capacità di sviluppo.



Alcuni Progetti di consulenza sviluppati:

- **Action learning per processo integrato di Innovazione:** progetto per un'azienda leader nel settore delle pompe e circuiti idraulici. L'obiettivo è di definire un processo condiviso tra tecnici e commerciali per gestire il portfolio di progetti di innovazione come attività strategica per l'impresa. Temi di marketing strategico, analisi di mercato e customer focus, innovation management - attraverso aula e workshop.
- **Consulenza per sviluppare e comunicare i valori della marca:** progetto per un'impresa leader nell'ambito dei componenti per cucine. L'obiettivo è di chiarire i valori della marca, già vissuti e condivisi all'interno dell'azienda, per rendere più coerenti e più forti le attività di comunicazione, e anche per dare maggiore focus alle attività di sviluppo e di design di nuovi prodotti. Temi: marketing strategico, strumenti operativi per la gestione della marca - attraverso formazione e workshop, discussioni individuali.
- **Comunicazione in azienda:** sviluppare piani e modelli di comunicazione per il rafforzamento della corporate identity, funzionale all'attuazione del piano industriale e di sviluppo dell'azienda, leader nel settore IT finance. Le attività si sono concretizzate in vari momenti organici di comunicazione e confronto sui temi critici del piano industriale, sia con il coinvolgimento diretto ed attivo del personale (incontri con il management, workshop, focus group tematici) che tramite una politica editoriale sulla intranet (interviste al management ed al personale, racconti di progetti, newsgroup).



i Master

Selezione e preparazione al lavoro

Identificare e sviluppare i nuovi collaboratori è una sfida difficile, e i Master ISTUD sono pensati per rendere più facile e produttivo l'incontro tra i nuovi talenti e le imprese:

- **Vanno oltre la preparazione funzionale**
Creano una comprensione generale di cos'è un'impresa e di come funziona e assicurano ai nostri partecipanti flessibilità e capacità di dialogo con tutte le funzioni aziendali, facilitandone l'inserimento rapido ed efficace in azienda.
- **Sono uno strumento di pre-selezione**
Sono un vero ponte tra l'università e il lavoro in impresa, coinvolgendo professionisti e manager. Preparano quindi ad un ingresso più facile, produttivo e rapido in impresa dei nuovi assunti.

- **I project work**

All'interno del percorso dei master i partecipanti hanno l'occasione di collaborare con le aziende contribuendo a progetti aziendali con il supporto dei nostri docenti e consulenti.

Il Master in Marketing Management and Innovation

Il Master utilizza un approccio che pone il cliente al centro delle attività e finalità dell'impresa e del marketing, incoraggiando una relazione tra essi innovativa sia nello sviluppo dell'offerta di prodotto e di marca, sia nel modo in cui viene costruita una relazione duratura con i clienti.

Durante il Programma vengono sviluppate le competenze e forniti gli strumenti utili per entrare nella funzione marketing di importanti aziende italiane ed internazionali: dalla definizione del prodotto alla comunicazione, dalla gestione del budget al lancio sul mercato di nuove iniziative.

docenti e consulenti

Renzo Rizzo

Direttore della practice e dell'attività di consulenza. Competenze: strategia, sviluppo e implementazione del business plan con focus sui nuovi business. Strategia di marketing, progettazione della marca, della sua architettura, dei prodotti. Strategia, organizzazione e gestione dell'innovazione come processo aziendale. Analisi di mercato e clienti, processo di sviluppo prodotti e servizi. Esperienza manageriale: Procter & Gamble e Barilla; consulenza/formazione in settori consumer goods, food e agro-science, beni industriali, software e servizi, farmaceutico, medicale. Esperienza estera: Stati Uniti, Inghilterra, Belgio, EU occidentale, Giappone.

Fiorenza Sarotto

Competenze: sviluppo e implementazione di nuovi business, start up funzione marketing e vendite in società di servizi, scouting partner settore intrattenimento dal vivo, lancio di marchi e intellectual property sul mercato italiano e di linee innovative di prodotti alimentari. Definizione e realizzazione di piani marketing e comunicazione completi, dalla strategia agli strumenti in ambito FMCG, assicurativo, di entertainment. Progettazione ed articolazione commerciale di attività di CRM strategico ed operativo. Esperienza manageriale: P&G, Star, Disney, Zurigo assicurazioni. Esperienza estera: Italia, Iberia, EMEA basata a Londra.

Stefano Sarao

Competenze: sviluppo e implementazione di strategie commerciali. Lancio di prodotti/servizi B2B a livello internazionale; trattative con partner internazionali, valutazione del potenziale di nuovi mercati. Esperienza manageriale: Aviointeriors, American Express, Hertz Italiana e Europe, ARC Europe, Grimaldi Group, Mercuri Urval. Esperienza estera: Stati Uniti, Inghilterra, Belgio, Nord Africa, Medio Oriente, India, Pakistan, Sud Est Asiatico, Cina.

Elena Toffetti

Competenze: marketing strategico e operativo (analisi, definizione e individuazione della strategia di marketing e sua implementazione) nazionale e internazionale, su prodotti di largo consumo e di lusso. Gestione team e revisioni organizzative (analisi delle competenze, ruoli, posizioni, modelli) in ambito marketing e sales. Revisione processi e Project management. Esperienza manageriale: Kraft Foods, The Gillette Company, Beta Utensili. Consulenza area marketing. Esperienza estera: UK, Stati Uniti, EU occidentale.

Roberto Tana

Competenze: R&D di nuovi prodotti industriali; sviluppo e adattamento del prodotto-servizio, industrializzazione e implementazione di nuovi prodotti, customer relations e service, organizzazione e gestione delle vendite. Esperienza manageriale: Masterfoods (Mars group), L'Oréal e Basf. Consulenza e formazione nei settori food, elettronico, cosmetico e chimico. Esperienza estera: Europa, Russia, Stati Uniti, Cina e Giappone.

Simone Anselmi

Competenze: entrepreneurship e international business. Coordina laboratori di innovazione e creatività imprenditoriale. Esperienza di docente e consulente. Progetti formativi su temi legati al marketing relazionale, comportamento organizzativo, comunicazione e sviluppo personale. Trainer certificato con la PNL, ha un MBA conseguito presso la SDA Bocconi e un Certificate in Marketing e Advertising conseguito presso la New York University.



le Practice

ISTUD è la Scuola di Business che sostiene le imprese e i manager che vogliono competere attraverso la realizzazione di un nuovo modello economico sostenibile, incentrato sulla creazione di valore per tutti gli attori del processo.

Per poter meglio servire le famiglie professionali e alcuni settori specifici della nostra economia, ISTUD è suddiviso in practice - aree che collegano le esperienze e la pratica di docenti e consulenti con provata capacità specifica:

- **Leadership e Management:** competenze necessarie per incidere nel proprio contesto e portare risultati sostenibili e di lungo periodo.
- **Business Innovation:** per rinnovare l'offerta, il marketing, il modo di condurre il business: l'impresa come organismo che crea clienti soddisfatti.
- **Persone e Processi Organizzativi:** le forme organizzative, i sistemi formativi per la costruzione di un vantaggio competitivo.
- **Sanità e Salute:** progetta e programma attività di formazione, ricerca e consulenza per promuovere il benessere e le buone cure.

Metodi didattici

I metodi ISTUD sono caratterizzati da un forte orientamento all'applicazione in contesti reali e dall'uso costante della metodologia dei casi.

La Practice Business Innovation, in particolare, mette a disposizione competenze di tipo aziendale e docenti con grande esperienza come manager. Le attività formative diventano occasione di scambio e di esperienza di contenuto, valori e cultura.

Location

ISTUD è situato a Stresa, sul Lago Maggiore, in un bellissimo edificio di architettura contemporanea.

Pur essendo raggiungibile in un'ora da Milano e dall'aeroporto di Malpensa, offre ai partecipanti la possibilità di trascorrere i giorni del corso o del seminario in un ambiente lontano dalla routine: una pausa di riflessione e concentrazione supportata da attrezzature moderne ed una vasta biblioteca manageriale.

**Informazioni**

Segreteria Comunicazione e
Marketing Fondazione ISTUD
Telefono 0323.933.801
Fax 0323.933.805
info@istud.it
www.istud.it

Fondazione ISTUD

Corso Umberto I, 71
28838 Stresa (VB)