



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI UDINE

**Facoltà di Ingegneria
Corso di Laurea in Ingegneria Gestionale dell'Informazione
Dipartimento di Ingegneria Elettrica, Gestionale e Meccanica**

***CREATIVITÀ AZIENDALE E
PROCESSO DI SVILUPPO-PRODOTTO***

Udine, 4 febbraio 2004

Anno Accademico 2003/04



Sommario

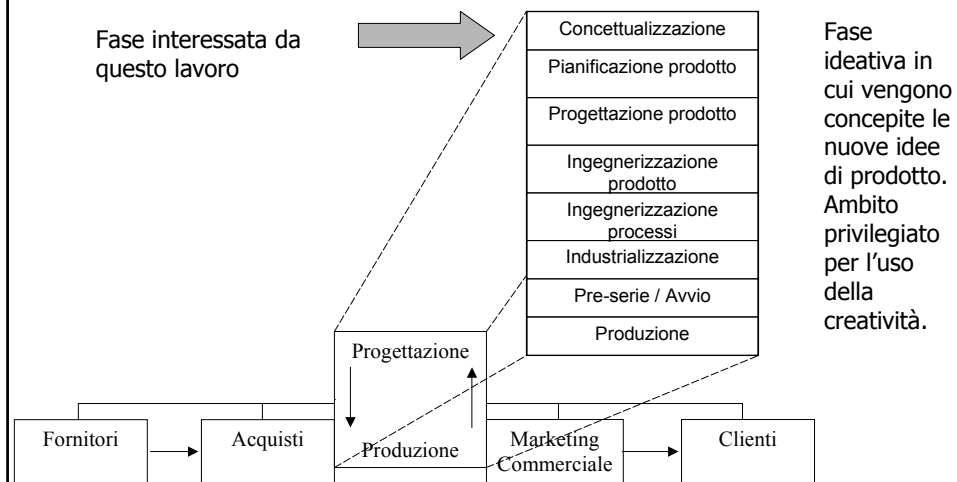
- Obiettivi
- Concetti fondamentali
- Applicazione della creatività allo sviluppo prodotto: fasi metodologiche e tools
- Criteri per la scelta delle tecniche
- Classificazione tecniche
- Conclusioni

Obiettivi

- ❑ **Mappare** le tecniche per lo sviluppo della creatività aziendale esistenti nella letteratura specifica;
- ❑ **Valutare** la loro applicabilità al processo di sviluppo-prodotto;
- ❑ **Proporre** una metodologia di mix mediante l'utilizzo delle tecniche migliori;
- ❑ **Individuare** i criteri per la customizzazione della metodologia.

Concetti fondamentali (1)

Sviluppo di nuovi prodotti



Concetti fondamentali (2)

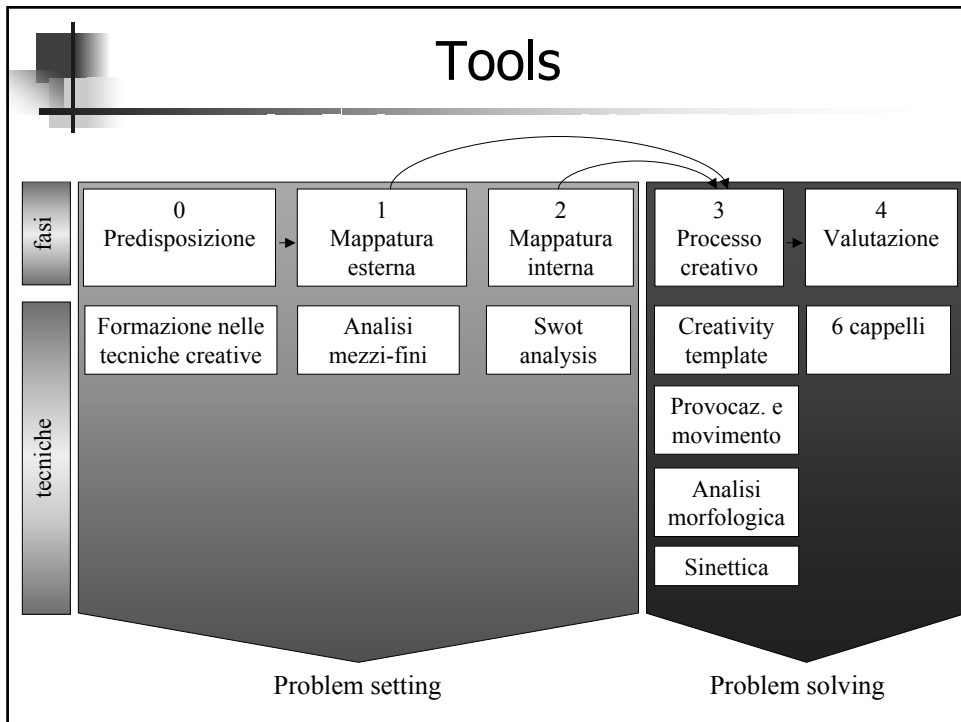
La creatività

"Un sistema è creativo quando è capace di cambiare seguendo una linea non definita a priori, non conosciuta in precedenza, non determinabile ex ante. Un sistema è cioè creativo quando possiede la capacità di evolvere, in modo non predeterminato, non conosciuto, non quantificabile, non definibile a priori."

S. Vicari, La creatività dell'impresa. Tra caso e necessità, 1998

Fasi metodologiche

- 0 - Predisposizione → **Creazione di condizioni favorevoli allo sviluppo della creatività, definizione degli obiettivi di business, allocazione di risorse, formazione nelle tecniche e dei gruppi di lavoro.**
- 1 - Mappatura esterna → **Individuazione di bisogni nuovi o inespressi, studio delle strategie dei concorrenti...**
- 2 - Mappatura interna → **Valorizzazione delle risorse aziendali per favorire l'emersione di nuovi concetti di business; indagine interna.**
- 3 - Processo creativo → **Produzione di idee.**
- 4 - Valutazione → **Valutazione e selezione delle idee migliori in accordo con i criteri di giudizio interni all'azienda.**



Criteri per la scelta delle tecniche creative e di valutazione (1)

Obiettivo: customizzare la metodologia mediante criteri per la scelta delle tecniche proposte

Variabili da correlare:

- Grado di strutturazione
- Difficoltà di applicazione
- Divergenza/convergenza della tecnica
- Livello di coesione/formazione del team
- Applicabilità al problem setting/solving
- Trasversalità della tecnica
- Grado di analiticità

Criterio 1: preponderanza delle fasi

DIVERGENZA	alta	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Provocazione e movimento ▪ Sinettica 		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Creativity Template
	media		<ul style="list-style-type: none"> ▪ 6 Cappelli 	
	bassa			<ul style="list-style-type: none"> ▪ Analisi Morfologica
		bassa	media	alta
CONVERGENZA				

Criterio 2: requisiti del team

LIVELLO di COESIONE	alto		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Provocazione e movimento ▪ Sinettica 	
	medio			<ul style="list-style-type: none"> ▪ Creativity Template
	basso	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sei cappelli ▪ Analisi morfologica 		
		bassa	media	alta
LIVELLO di FORMAZIONE				

Criterio 3: facilità di utilizzo

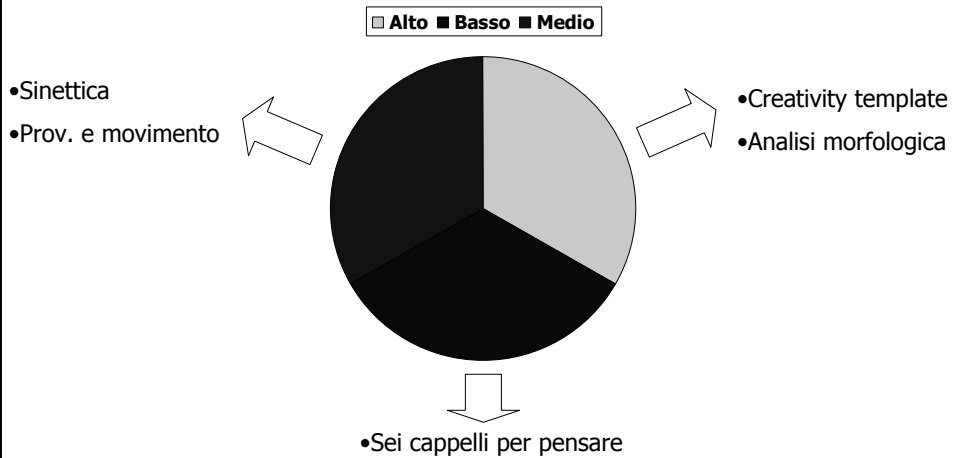
DIFFICOLTA' di APPLICAZIONE	alto		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Provocazione e movimento ▪ Sinettica 	
	medio			<ul style="list-style-type: none"> ▪ Creativity Template
	basso	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sei cappelli 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Analisi morfologica 	
		bassa	media	alta
GRADO di STRUTTURAZIONE				

Criterio 4: campo di applicazione

PROBLEM SOLVING	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Analisi morfologica ▪ Creativity Template 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Provocazione e movimento 	
PROBLEM SETTING		<div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">Sei cappelli</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">Sinettica</div> </div>	
	bassa	alta	
TRASVERSALITÀ			

Criterio 5: grado di analiticità

GRADO DI ANALITICITÀ



Classificazione tecniche creative e di valutazione (1)

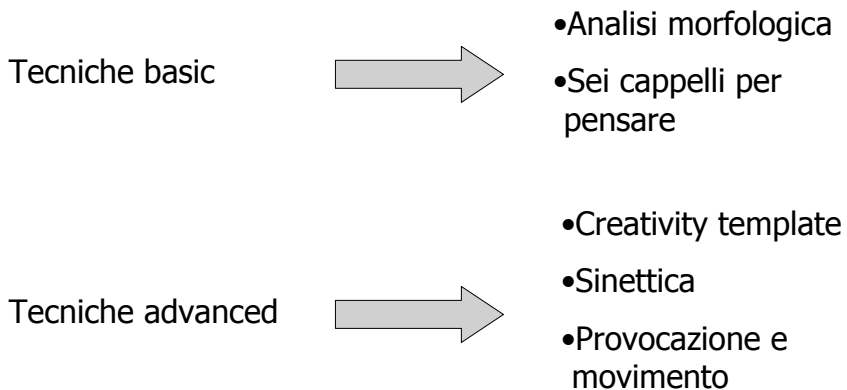
CRITERI DI CLASSIFICAZIONE SELEZIONATI:

- Preponderanza della fase convergente/divergente;
- Requisiti del team scarsi/elevati;
- Facilità di utilizzo bassa/alta.

Classificazione tecniche creative e di valutazione (2)

	Prepond. fase convergente	Requisiti del team scarsi	Facilità di utilizzo alta	Prepond. fase divergente	Requisiti del team elevati	Facilità di utilizzo bassa
Analisi Morfologica	X	X	X			
Sei Cappelli	X	X	X	X		
Creativity template	X			X	X	X
Provocazione e movimento				X	X	X
Sinettica				X	X	X

Classificazione tecniche creative e di valutazione (3)





Conclusioni

Questo lavoro è stato finalizzato a:

- Analizzare la Letteratura specifica inerente creatività aziendale e sviluppo prodotto;
- Costruire una metodologia per un approccio creativo al processo di NPD;
- Customizzare la stessa mediante l'individuazione di criteri per la scelta dei tools di supporto;
- Gettare le basi per il test applicativo della metodologia proposta nell'ambito del **progetto di ricerca europeo CREATE.**