

CREATE PROJECT CREATE Project

# CREATIVITY TEMPLATE

## UN APPROCCIO STRUTTURATO AL PROCESSO CREATIVO

1/46

CREATE PROJECT CREATE Project

## COSA SONO I CREATIVITY TEMPLATE

- **Schemi ideativi** per un approccio **strutturato** al processo di innovazione
- Molte nuove idee di prodotti o servizi di successo si possono ricondurre ad uno dei creativity template
- Molte aziende famose adottano questo approccio (es. Philips, Ford, Kodak, Coca-Cola, Motorola, ecc.)

4/46

CREATE PROJECT CREATE Project

## STRUMENTI

SIAMO QUI!

1 Predisposizione → 2 Mappatura Esterna → 3 Mappatura Interna → 4 **Generazione d'idee** → 5 Valutazione

4 **Generazione d'idee** Creativity Template

fasì

tecniche

FORMAZIONE QUESTIONARI SESSIONI DI GRUPPO

2/46

CREATE PROJECT CREATE Project

## Le fonti di informazioni per i nuovi prodotti

Fonte estrinseca Fonte intrinseca

Analisi dei bisogni dei consumatori Mercato

Mente Pensiero creativo

Idee per un prodotto innovativo

5/46

CREATE PROJECT CREATE Project

## AUTORI DELLA TECNICA

Pubblicata nel 2002

- **Jacob Goldenberg** (Hebrew University Jerusalem)  
lavora per Intel, Motorola, Mastercard,...
- **David Mazursky** (Hebrew University Jerusalem)  
esperto di Marketing di fama mondiale
- **Sorin Solomon** (Hebrew University Jerusalem, Racah Institute)  
fisico teorico

3/46

CREATE PROJECT CREATE Project

## ESEMPIO 1

**Domino's Pizza:** leader nella consegna a domicilio. Il suo successo deriva dalla **riduzione di prezzo** nel caso in cui il **tempo di consegna** sia **maggiore di mezz'ora**.

**Elemento innovativo:** prezzo della pizza non è più costante, ma dipende dalla consegna (funzione a gradini).

Nuova relazione tra il prezzo e una caratteristica del servizio

6/46

CREATE PROJECT CREATE Project

## ESEMPIO 2



**Wirefree (1999)** : altoparlanti del telefono vivavoce sostituiti con gli altoparlanti dell'impianto stereo dell'auto.

**Vantaggi:** **qualità del suono** (che dipende dalla dimensione degli altoparlanti) **aumenta** senza alcun incremento di costo

↓

Sostituire un componente del prodotto con un'altra risorsa disponibile


7/46

CREATE PROJECT CREATE Project

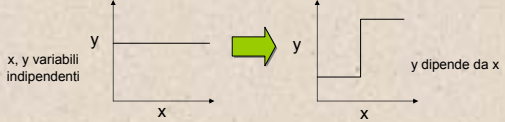
## PRINCIPI DI BASE

1. **Attributi**

identificare due variabili indipendenti e creare una nuova dipendenza tra loro



La dipendenza può essere rappresentata mediante la funzione a gradini



x, y variabili indipendenti

y dipende da x

Principi di base

Un caso ipotetico

La matrice previsionale

Esempio applicativo

10/46

CREATE PROJECT CREATE Project

## I TEMPLATE

1. Dipendenza degli attributi
2. Sostituzione
3. Eliminazione
4. Controllo di componente

8/46

CREATE PROJECT CREATE Project

## Definizioni

1. **Attributo**

**componenti** ↔ **variabili**

**Variable:**  
elemento soggetto a **cambiamento misurabile**

**Misura:**

- Esatta (quantitativa)
- Categorica (qualitativa)

Es.:

Componenti	Variabili
Occhi	colore, chiarezza visiva
gambe sedia	lunghezza, colore
viti	numero, lunghezza, spessore
cappello	misura, colore, resistenza all'acqua
...	tempo

Principi di base

Un caso ipotetico

La matrice previsionale

Esempio applicativo

11/46

CREATE PROJECT CREATE Project

## 1. DIPENDENZA ATTRIBUTI

1. **Attributi**

Principi di base

Un caso ipotetico

La matrice previsionale

Esempio applicativo

9/46

CREATE PROJECT CREATE Project

## UN CASO IPOTETICO

1. **Attributi**

**Come competere con Domino's pizza?**



**Domino's pizza:**

**Elemento di successo:** riduzione di prezzo se il tempo di consegna è maggiore di mezz'ora

↓

**Conseguenza:** Il consumatore è meno sensibile ai ritardi in generale (effetto scommessa)

**Ipotetico competitor:**

**prezzo come variabile dipendente**

↓

**aggiunta di una nuova dipendenza alla variabile prezzo**

Principi di base

Un caso ipotetico

La matrice previsionale

Esempio applicativo

12/46

CREATE Project

## LE VARIABILI PER UNA NUOVA DIPENDENZA

Variabile	È possibile aggiungere una nuova dipendenza usando questa variabile?	Motivazione
dimensione della pizza	no	prezzo già dipendente da dimensione della pizza
numero di extra	no	prezzo già dipendente da numero di extra
aggiunta di bibite	no	questo è un componente non una variabile
temperatura	si	variabile molto importante e misurabile
ordini passati	forse	Variabile interessante; però spesso esiste già una relazione tra il prezzo e le abitudini del cliente

13/46

CREATE Project

## COME IDENTIFICARE LE VARIABILI RILEVANTI E RICERCARE NUOVE DIPENDENZE?

### Classificazione delle variabili

**Interna:** sotto il controllo del produttore (prezzo della pizza, temperatura della pizza, colore dell'auto, ...)

**Esterna:** in contatto con il prodotto ma non sotto il controllo del produttore (temperatura dell'ambiente,...)

16/46

CREATE Project

## LA TUA PIZZA È ANCORA CALDA E GUSTOSA???

La pizza è a prezzo intero sopra una certa temperatura

**Messaggio di marketing:**  
il gusto della pizza dipende dalla temperatura e non dal tempo di consegna

14/46

CREATE Project

## MATRICE PREVISIONALE

		Variabili interne				
		Prezzo	Temperatura	...	...	...
Var. interne	Prezzo					
	Temperatura	0				
	...	0	0			
	...	0	1	0		
Var. esterne	Condizioni meteo	0	0	0	0	0
	Traffico	0	0	0	0	0
	...	1	0	1	0	0
	...	0	1	0	0	0

0 = dipendenze non ancora esistenti    1 = dipendenze già esistenti

17/46

CREATE Project

## ALLA RICERCA DI DIPENDENZE

- come trovare le variabili che fanno parte di un template "Dipendenza attributi"?
- come valutare la fattibilità e la redditività della nuova idea?

... usando la **Matrice Previsionale**

15/46

CREATE Project

## Matrice degenera ↔ Matrice satura

	A	B	C	D
X	0	0	0	0
Y	0	0	0	0
W	0	0	0	0
Z	0	0	0	0

Ampio potenziale di fornire nuovi prodotti

	A	B	C	D
X	1	1	1	1
Y	1	1	1	1
W	1	1	1	1
Z	1	1	1	1

Numerosi prodotti già esistenti basati sulla dipendenza di attributi

18/46

CREATE Project

# UN'ESEMPIO APPLICATIVO: CASO DERBI

19/46

CREATE Project

## MATRICE VARIABILI INTERNE/ESTERNE

VARIABILI INTERNE ED ESTERNE	VARIABILI INTERNE							
	Prezzo	Linea	Dimensioni ruote	Dimensioni /Peso	Cilindrata	Colore	Tipo di alimentazione	Decorazioni
Prezzo	X	0	0	1	1	0	1	1
Linea	0	X	1	1	0	0	0	0
Dimensioni ruote	0	1	X	1	0	0	0	0
Dimensioni/Peso	1	1	1	X	1	0	1	0
Cilindrata	1	0	0	1	X	0	0	0
Colore	0	0	0	0	0	X	0	1
Tipo di alimentazione	1	0	0	1	0	0	X	0
Decorazioni	1	0	0	0	0	1	0	X
Temperatura esterna	0	0	0	0	0	0	0	0
Visibilità	0	0	0	0	0	0	0	0
Età guidatore	0	0	0	0	0	1	0	1

22/46

CREATE Project

## MATRICE VARIABILI INTERNE/ESTERNE

VARIABILI INTERNE ED ESTERNE	VARIABILI INTERNE							
	Prezzo	Linea	Dimensioni ruote	Dimensioni /Peso	Cilindrata	Colore	Tipo di alimentazione	Decorazioni
Prezzo	X	0	0	1	1	0	1	1
Linea	0	X	1	1	0	0	0	0
Dimensioni ruote	0	1	X	1	0	0	0	0
Dimensioni/Peso	1	1	1	X	1	0	1	0
Cilindrata	1	0	0	1	X	0	0	0
Colore	0	0	0	0	0	X	0	1
Tipo di alimentazione	1	0	0	1	0	0	X	0
Decorazioni	1	0	0	0	0	1	0	X
Temperatura esterna	0	0	0	0	0	0	0	0
Visibilità	0	0	0	0	0	0	0	0
Età guidatore	0	0	0	0	0	1	0	1

20/46

CREATE Project

## VARIABILE ESTERNA TEMPERATURA: RICERCA DIPENDENZE

VARIABILE	È POSSIBILE AGGIUNGERE UNA NUOVA DIPENDENZA USANDO QUESTA VARIABILE?	MOTIVAZIONE
Linea	SI	Rendere più confortevole il viaggio.
Tipo di alimentazione	SI	Ridurre le emissioni inquinanti in estate.

**ESEMPIO: LINEA - TEMPERATURA ESTERNA**  
Possibilità di aggiungere un cupolino mobile che fuoriesca a proteggere il guidatore in caso di condizioni climatiche avverse

23/46

CREATE Project

## VARIABILE ESTERNA VISIBILITA': RICERCA DIPENDENZE

VARIABILE	È POSSIBILE AGGIUNGERE UNA NUOVA DIPENDENZA USANDO QUESTA VARIABILE?	MOTIVAZIONE
Colore/Decorazione	SI	Rendere più sicura la marcia in caso di maltempo.
Dimensione ruote	SI	Variabile poco interessante.

**ESEMPIO: COLORE - VISIBILITA'**  
L'idea potrebbe essere quella di utilizzare una vernice speciale o particolari dispositivi di illuminazione per migliorare la visibilità del mezzo in condizioni di scarsa visibilità.

21/46

CREATE Project

## MATRICE VARIABILI INTERNE/ESTERNE

VARIABILI INTERNE ED ESTERNE	VARIABILI INTERNE							
	Prezzo	Linea	Dimensioni ruote	Dimensioni /Peso	Cilindrata	Colore	Tipo di alimentazione	Decorazioni
Prezzo	X	0	0	1	1	0	1	1
Linea	0	X	1	1	0	0	0	0
Dimensioni ruote	0	1	X	1	0	0	0	0
Dimensioni/Peso	1	1	1	X	1	0	1	0
Cilindrata	1	0	0	1	X	0	0	0
Colore	0	0	0	0	0	X	0	1
Tipo di alimentazione	1	0	0	1	0	0	X	0
Decorazioni	1	0	0	0	0	1	0	X
Temperatura esterna	0	0	0	0	0	0	0	0
Visibilità	0	0	0	0	0	0	0	0
Età guidatore	0	0	0	0	0	1	0	1

24/46

CREATE PROJECT CREATE Project

## VARIABILE INTERNA PREZZO: RICERCA DIPENDENZE

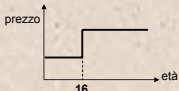


1. Principio di base
2. Definizioni
3. Prescrizioni operative
4. Case study

VARIABILE	NUOVA DIPENDENZA?	MOTIVAZIONE
Cilindrata	NO	Il prezzo dello scooter è già dipendente dalla cilindrata
Età	SI	Si incentiva la vendita di questo modello presso un pubblico particolarmente giovane.

**ESEMPIO: ETÀ/PREZZO**

Vogliamo legare il prezzo di acquisto dello scooter all'età dell'acquirente in modo da attrarre un target di clientela più giovane



25/46

CREATE PROJECT CREATE Project

## DEFINIZIONI

1. Principio di base
2. Definizioni
3. Prescrizioni operative
4. Case study

- Componente: parti autonome o sottosistemi (oggetti statici) sia interne (sotto il controllo del produttore) sia esterne (fuori controllo, ma in stretto contatto con il prodotto)
- Legami tra due componenti:
  1. Componente controllante
  2. Componente controllato
- Configurazione di prodotto/servizio: l'insieme di tutti i legami del prodotto/servizio

28/46

CREATE PROJECT CREATE Project

## 2. SOSTITUZIONE

1. Principio di base
2. Definizioni
3. Prescrizioni operative
4. Case study

Principio base

Definizioni

Prescrizioni operative

Case study

26/46

CREATE PROJECT CREATE Project

## PRESCRIZIONI OPERATIVE



1. Elencare i componenti
- Costruire la configurazione di prodotto/servizio
3. Scegliere un componente e **rimuoverlo** dalla configurazione **senza eliminarne la funzione**
4. Elencare i componenti **fisicamente o funzionalmente simili** a quello escluso
5. Connettere ciascun componente esterno alla funzione priva di componente: **nuova configurazione**
6. Cercare un **nuovo vantaggio competitivo**

29/46

CREATE PROJECT CREATE Project

## PRINCIPIO BASE

1. Principio di base
2. Definizioni
3. Prescrizioni operative
4. Case study

Sostituire una risorsa o un componente esistente nel sistema o nelle sue immediate vicinanze per soddisfare una specifica funzione

Caratteristiche del nuovo componente:

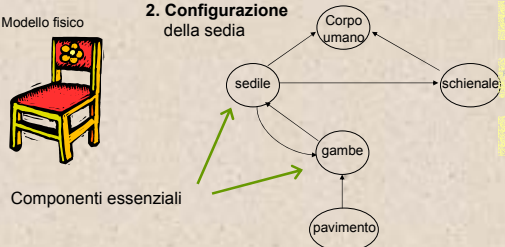
- essere disponibile nel contesto applicativo
- adempiere alla funzione richiesta

27/46

CREATE PROJECT CREATE Project

## CASE STUDY: UNA SEDIA (1/4)

1. componenti **interni**: gambe, sedile, schienale  
componenti **esterni**: pavimento, muro, utilizzatore
2. Configurazione della sedia



Componenti essenziali

30/46

CREATE Project

## CASE STUDY: UNA SEDIA (2/4)

3. Eliminazione di un componente (senza rimuoverne la funzione)

Modello fisico

Configurazione intermedia della sedia

31/46

CREATE Project

## 3. ELIMINAZIONE

Principi di base

Prescrizioni operative

Case study

34/46

CREATE Project

## CASE STUDY: UNA SEDIA (3/4)

4. Individuazione di un componente **simile** in sostituzione del mancante

**Criteri:**

- In contatto con il prodotto
- Fisicamente o funzionalmente simile al componente mancante

Possibili soluzioni: muro, tavolo, tappeto, utilizzatore, pavimento

Componente sostitutivo: tavolo (similarità funzionale e fisica)

32/46

CREATE Project

## PRINCIPIO BASE

E' una variante del template precedente

Esclude dalla configurazione di prodotto oltre ad un componente intrinseco anche la sua funzione

35/46

CREATE Project

## CASE STUDY: UNA SEDIA (4/4)

5. Nuova configurazione di prodotto

(a) Nuova configurazione della sedia

(b) Modello fisico

6. Vantaggi:

- i bambini possono sedere all'altezza appropriata rispetto al tavolo
- facile da trasportare; è più facile pulire

33/46

CREATE Project

## PRESCRIZIONI OPERATIVE

- Elencare i **componenti**
- Costruire la **configurazione** di prodotto
- Scegliere un componente essenziale e **rimuoverlo** dalla configurazione di prodotto **insieme alla sua funzione**
- Cercare un **nuovo vantaggio competitivo**

**ATTENZIONE:** rimuovere una funzione che risponde a un bisogno PRIMARIO dell'utente è generalmente controproducente (es. 'sigaretta senza fumo')

36/46

CREATE PROJECT CREATE Project

## CASE STUDY: UNA SEDIA

(a) Nuova configurazione della sedia

(b) Modello fisico della nuova sedia

La funzione delle gambe non è soddisfatta e la sedia poggia sul pavimento

**Vantaggi:** maggiore stabilità (utilizzabile ad esempio in spiaggia)

37/46

CREATE PROJECT CREATE Project

## PRINCIPIO BASE

Stabilisce una nuova relazione tra variabili interne e componenti esterni per eliminare un link indesiderato e creare un nuovo vantaggio

40/46

CREATE PROJECT CREATE Project

## Template Eliminazione vs. Unbundling

**Unbundling**

- Diminuzione del numero di componenti
- Calo di efficacia e qualità di servizio

Prezzo più basso

<p>Es.: Saponetta Procter &amp; Gamble Ivory eliminazione di un <b>attributo quantitativo</b></p> <p>Bolla d'aria nel sapone</p> <p><b>Vantaggi:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>densità minore</li> <li>galleggia</li> </ul> <p><b>ELIMINAZIONE</b></p>	<p>Es.: arredamento fai da te scorporamento di un servizio (montaggio)</p> <p><b>Vantaggio: prezzo ridotto</b></p> <p><b>UNBUNDLING</b></p>
---	---

38/46

CREATE PROJECT CREATE Project

## PRESCRIZIONI OPERATIVE

- Elencare i **componenti interni**
- Costruire una **configurazione** di prodotto
- Elencare i **componenti esterni** e cercare le **relazioni negative** con la configurazione di prodotto
- Eliminare le relazioni indesiderate** creando una nuova connessione tra componenti esterni e interni

41/46

CREATE PROJECT CREATE Project

## 4. CONTROLLO DI COMPONENTE

Principi di base

Prescrizioni operative

Case study

39/46

CREATE PROJECT CREATE Project

## Esempio 1: filtro delle radiazioni

(a) Componente esterno

(b) Componente interno

42/46

CREATE PROJECT CREATE Project

### Esempio 2: shampoo anti-UVA (1/3)

- Configurazione di prodotto

```

    graph TD
      shampoo((shampoo)) --> sporco((sporco))
      shampoo --> capelli((capelli))
  
```

(a)

- Quali sono i componenti esterni in contatto con lo shampoo?  
cute, acqua, balsamo, **raggi solari**

43/46

CREATE PROJECT CREATE Project

# FINE

**Riferimenti Bibliografici:**  
 Goldenberg J., Mazursky D., "Creatività e innovazione di prodotto", ETAS, 2003

46/46

CREATE PROJECT CREATE Project

### Esempio 2: shampoo anti-UVA (2/3)

- Quali problemi creano?

```

    graph TD
      shampoo((shampoo)) --> sporco((sporco))
      shampoo --> capelli((capelli))
      capelli -.->|"(link indesiderato)"| raggi_solari((raggi solari))
  
```

(b)

*I raggi solari danneggiano i capelli!*

- E' necessario trovare una nuova connessione tra i componenti interni e i raggi solari per eliminare il link indesiderato

44/46

CREATE PROJECT CREATE Project

### Esempio 2: shampoo anti-UVA (3/3)

- Soluzione:** shampoo con sostanze che filtrano i raggi solari

```

    graph TD
      shampoo_anti_UVA((shampoo anti-UVA)) --> sporco((sporco))
      shampoo_anti_UVA --> capelli((capelli))
      shampoo_anti_UVA --> raggi_solari((raggi solari))
  
```

(c)

**Vantaggio:** lo shampoo protegge i tuoi capelli!

**NB:** è necessario includere un nuovo componente se quelli interni non possono risolvere il problema

45/46

CREATE Project

# SEI CAPPELLI PER PENSARE

## UNA TECNICA COLORATA PER LA VALUTAZIONE

6 cappelli 1/29

CREATE Project

### COME PENSIAMO ...

- Diversi aspetti del pensiero:
  - informazioni
  - logica
  - emozioni
  - desideri
  - creatività

Pensiamo simultaneamente in diversi modi generando spesso confusione  
 Es.: cerchiamo una giustificazione logica per le emozioni



6 cappelli 4/29

CREATE Project

### Strumenti

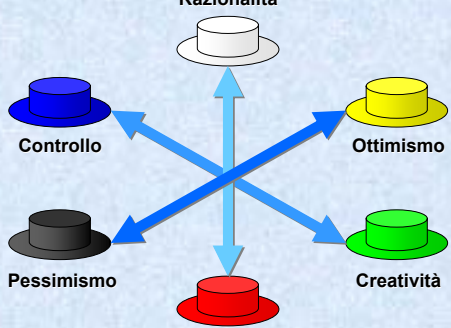
SIAMO QUI!

fasì	1 Predisposizione	2 Mappatura Esterna	3 Mappatura Interna	4 Generazione d'idee	5 Valutazione
tecniche					6 cappelli
	FORMAZIONE	QUESTIONARI		SESSIONI DI GRUPPO	

6 cappelli 2/29

CREATE Project

### SEI CAPPELLI = SEI TIPI DI PENSIERO



5/29

CREATE Project

### Sei sempre la stessa persona se indossi diversi cappelli???



Autore della tecnica: E. De Bono (1985)

6 cappelli 3/29

CREATE Project

### PERCH ... SEI CAPPELLI?

- Per interpretare una parte  
*(se si indossa un costume da clown, ci si pu  comportare come tale!)*
- Per proteggere il proprio io  
*(si possono esprimere liberamente le **EMOZIONI** !)*
- Per concentrarsi su tutti gli aspetti del problema
- Per cambiare registro  
*(smettere di essere negativi!)*



6 cappelli 6/29

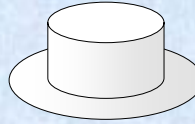
## REGOLE BASE

- 1) **BIANCO:** **ASSENZA** di colore ...  
neutralità, dati, numeri, fatti, informazioni
- 2) **ROSSO:** come la **PASSIONE!** ...  
emozioni, sensazioni, premonizioni, intuizioni
- 3) **NERO:** come la **TEMPESTA!** ...  
aspetti negativi, rischi, problemi
- 4) **GIALLO:** come il **SOLE!** ...  
aspetti positivi, atteggiamenti costruttivi, opportunità
- 5) **VERDE:** come l' **ERBA** ...  
fertilità del pensiero, nuove idee, creatività
- 6) **BLU:** come il **CIELO** che tutto sovrasta ...  
supervisione, controllo, direzione



## IL CAPPELLO BIANCO

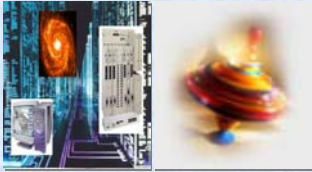
*“ Mettiamoci il cappello bianco ”*



- ✓ NO interpretazioni
- ✓ NO opinioni
- ✓ Domande precise e specifiche
- ✓ Due livelli di informazioni:
  - fatti accertati
  - fatti creduti

## REGOLE BASE

- *“ Mettiamoci il cappello bianco/rosso/nero/ giallo/verde/blu ”*
- *Non più esortazioni e rimproveri*



## IL CAPPELLO ROSSO

*... come la PASSIONE!*

- Vederci rosso
- Emozioni e sensazioni
- Premonizioni
- Intuizioni



## IL CAPPELLO BIANCO

*... come un COMPUTER!!*

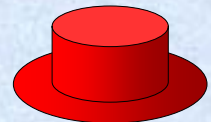
Dati, numeri  
Informazioni

Cose vere  
Cose affermate da altri

## IL CAPPELLO ROSSO

*“ Mettiamoci il cappello rosso ”*

- ✓ Reazioni
- ✓ NO giustificazioni
- ✓ NO necessità di spiegare le ragioni
- ✓ Visible sensations



Due categorie:

- 1) Emozioni comuni
- 2) impressioni, apprezzamenti estetici

## IL CAPPELLO NERO

... come la **TEMPESTA!!**

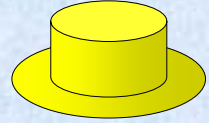
L'avvocato del diavolo

Giudizi negativi

Perché non  
è una buona idea?

## IL CAPPELLO GIALLO

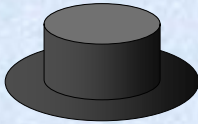
"Mettiamoci il cappello giallo"



- ✓ vantaggi (guadagni e benefici)
- ✓ congetture positive (efficienza e realizzabilità)
- ✓ suggerimenti concreti e precisi
- ✓ predizioni del futuro

## IL CAPPELLO NERO

"Mettiamoci il cappello nero"



- ✓ giudizi critici
- ✓ pessimismo

STEPS:

- 1) le premesse sono valide e fondate?
- 2) le conseguenze sono corrette?
- 3) la conseguenza è necessaria?
- 4) è possibile trovare altre conseguenze (o conclusioni)?

## IL CAPPELLO VERDE

... come l' **ERBA!!**

Fertilità, creatività

Movimento, provocazione

La pianta dal seme

Parole a caso

## IL CAPPELLO GIALLO

... come il  
**SOLE!!**

Solarità, luminosità

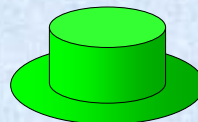
Opportunità

Ottimismo

Valutazioni positive razionali  
(non emotive)

## IL CAPPELLO VERDE

"Mettiamoci il cappello verde"



- ✓ NUOVE idee, concetti, percezioni
- ✓ NUOVI approcci ai problemi
- ✓ cambiamento
- ✓ alternative e opzioni
- ✓ pensiero laterale
- ✓ umorismo
- ✓ oltre quello che è ben consolidato

# IL CAPPELLO BLU

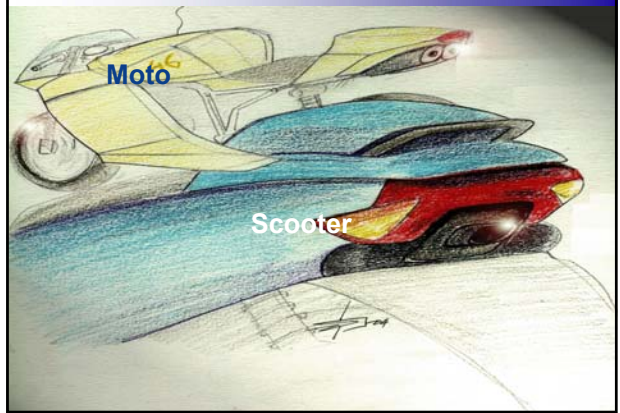
... come il  
**CIELO!!**

Freddezza e controllo

Direttore

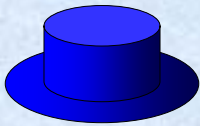
Pensiero su pensiero

Pianificare, organizzare



## IL CAPPELLO BLU

“ Mettiamoci il cappello blu”



- ✓ istruzioni per pensare
- ✓ organizzazione del pensiero
- ✓ controllo e rispetto delle regole
- ✓ domande appropriate
- ✓ definizione del problema
- ✓ definizione degli obiettivi
- ✓ domande esplorative
- ✓ quadri complessivi, conclusioni, ...

6 cappelli

20/29

## CAPPELLO BIANCO

L'idea consiste nell'integrare lo scarico nel codone sulla falsa riga delle moto da competizione

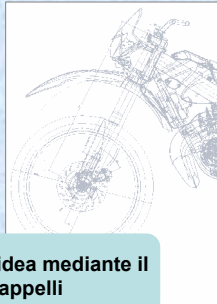


## APPLICAZIONE AD UN PRODOTTO DERBI



IDEA:

nascondere alla vista la marmitta dello scooter inserendo lo scarico nel codone



valutazione dell'idea mediante il metodo dei sei cappelli

6 cappelli

21/29

## CAPPELLO GIALLO

- miglioramento estetico
- maggior sicurezza in quanto si elimina la possibilità di scottature per contatto accidentale



## CAPPELLO NERO

- Difficoltà di manutenzione dello scarico
- Minor spazio nel bauletto sottosella
- Necessità di un buon isolamento rispetto alle plastiche



## Cappello BLU

Complessivamente l'idea pare buona perché:

- non sembrano esserci grossi problemi tecnici
- suscita prevalentemente le emozioni positive
- i problemi sollevati dal cappello nero non sono insormontabili



## CAPPELLO VERDE

- Progettare uno scarico più compatto



## CONTATTI:

Alberto F. De Toni: [detoni@uniud.it](mailto:detoni@uniud.it)

Alessandro Bonanni: [alessandro.bonanni@uniud.it](mailto:alessandro.bonanni@uniud.it)

Alessandro Ganzit: [alessandro.ganzit@uniud.it](mailto:alessandro.ganzit@uniud.it)

Andrea Fornasier: [andrea.fornasier@uniud.it](mailto:andrea.fornasier@uniud.it)



## CAPPELLO ROSSO

- potenza
- aggressività
- protagonismo
- desiderio di possesso

