

Tempesta di Cervelli: Laboratorio di Startup rivolto a studenti delle scuole superiori

Docenti:

Gloria Cannone (U. di Trento)

Vittorino Filippas (U. di Trento e Fantic Motor)

Alessandro Rossi (U. di Trento)

Abstract: Il laboratorio didattico si propone di introdurre gli studenti ai temi di lean startup e lean venturing e guida i partecipanti al concepimento, sviluppo, progettazione, prototipazione, pianificazione e presentazione di un'idea imprenditoriale in due giornate intensive di lavoro e divertimento.

Contenuti principali: Presentazione dell'iniziativa. Cos'è una innovazione? Come si genera un'idea imprenditoriale? Creare un team attorno a un'idea di business. Sviluppo e focalizzazione dell'idea secondo il protocollo "Problema, Cliente, Soluzione". Tecniche di validazione lean. Il pivot di un progetto imprenditoriale. Minimum Viable Product. Il modello di business, generare e catturare il valore generato: tecniche per l'individuazione del modello di business. Presentazione del progetto imprenditoriale (con tecniche di progettazione del discorso, delle slides e di public speaking).

Modalità di svolgimento: brevi interventi frontali di introduzione ai moduli didattici; approfondimenti tramite lavori di gruppi, supportato da attività di mentoring per ogni gruppo. Presentazione degli stati di avanzamento fra gruppi. Pitch finale di fronte a una giuria di esperti.

Lingua: italiano (alcuni brevi contributi video sono in lingua Inglese).

Prerequisiti: visione di alcuni brevi contributi video alcuni giorni prima dell'inizio del corso.

Durata e divisione in temi: circa due giorni, così divisi:

Mercoledì pomeriggio	lancio del tema, momento di presentazione delle proprie idee imprenditoriali, scelta (competizione) delle idee da portare avanti, formazione dei team
Giovedì mattina	Validazione dell'idea secondo il paradigma Problema / Customer / Soluzione
Giovedì pomeriggio	Sviluppo del modello di business, riflessione su aspetti finanziari e di liquidità
Venerdì mattina	Pitch school – tecniche di presentazione in pubblico – presentazione alla giuria – risultati e premiazione

Obiettivi formativi: Gli studenti lavorano in modalità *full immersion* per due giornate. Vengono rapidamente e in modalità "learning by doing" introdotti a metodologie di lavoro per la prototipazione rapida di un'idea di business attraverso cicli di revisione veloce dell'idea iniziale. Dall'approccio "classico" dell'invenzione da portare sul mercato (una soluzione in cerca di un problema, e di un cliente) all'approccio "lean": a partire da un problema osservato sul mercato, si cerca la soluzione che è innovativa. A partire da questo "cambio di visione" su come sviluppare un'idea innovativa di business, gli studenti imparano alcuni strumenti di base per lavorare in gruppo alla costruzione del prototipo della loro impresa.

Competenze acquisite: Presentare in maniera efficace un'idea imprenditoriale in 60 secondi (elevator pitch). Come organizzare e lavorare in team. Aspetti di leadership, di attribuzione dei compiti e delle responsabilità. Tecniche di focalizzazione sul paradigma "Problema, Cliente, Soluzione". Tecniche di validazione lean. Come costruire un Minimum viable product. Come dialogare con il potenziale cliente per capire meglio le sue esigenze. Come impostare un modello di business. Elementi di base per l'analisi del cash-flow e liquidità. Come presentare il proprio progetto imprenditoriale di fronte a una giuria.

Criteri di valutazione

I criteri di valutazione dei progetti si articolano in tre sezioni. Ognuno dei tre criteri viene valutato con un voto da 1 (min) a 5 (max) e viene pesato per 1/3 per arrivare al giudizio complessivo.

- **Problema – Cliente – Soluzione (voto da 1 a 5, peso 1/3)**
 - Il problema è individuato con chiarezza (bisogno, urgenza, frequenza, tipo di pain)?
 - Il cliente è individuato con chiarezza (segmento, demografica, ecc.)?
 - Rispetto a problema e cliente, la soluzione proposta (prodotto, servizio, ecc.) è convincente?
 - Hanno individuato la concorrenza?
 - Come pensano di convincere i clienti?
 - Perché la loro soluzione è migliore della concorrenza o delle soluzioni esistenti?
 - Hanno raccolto feedback / validazione (di prima o di seconda mano) dal cliente?
- **Modello di business (voto da 1 a 5, peso 1/3)**
 - L'idea è sostenibile economicamente? (I costi e le fonti di ricavo sono individuate correttamente?)
 - Come pensano di contattare e acquisire i clienti?
 - Hanno un piano temporale per il lancio?
 - Hanno individuato le attività e risorse interne critiche?
 - Hanno individuato le partnership (attività e risorse esterne) critiche?
- **Presentazione ed esecuzione (voto da 1 a 5, peso 1/3)**
 - Qualità della presentazione (slides)
 - Qualità della presentazione (pitch)
 - Presenza di prototipi (carta & scotch, mock-up, wireframe, storyboard, ecc.)
 - Competenze individuali e come team
 - Qualità della discussione con i giudici

Programma dell'evento

Video preparatorio, da visionare il giorno prima: Product / Customer / Solution
<https://www.dropbox.com/s/fqm46tljgcq53zf/1%20-%20CPS.mp4?dl=0>

Mercoledì

- h: 13:50 Arrivo partecipanti e consegna del badge (adesivo su cui mettere il proprio nome)
- h: 14:15 Introduzione all'iniziativa: intervento da parte di Confartigianato
- h. 14:30 Workshop 1: azzeccare la terna Cliente / Problema / Soluzione (CPS) [e cenni di USP]
- h. 15:00 Preparazione dell'idea (CPS) individuale
- h. 15:15 Idea contest: la mia idea in un minuto (pitch individuale)
- h. 15:45 Votazione delle idee
- h. 16:00 Formazione dei gruppi
- h. 16:30 Workshop 2: strumenti per lavorare in gruppo (prototipazione con carta e scotch – strumenti analogici e digitali)
- h. 16:40 Lavoro in gruppo sulla terna CPS
- h. 17:20 Workshop 3: validare l'idea
- h. 17:30 Lavoro in gruppo su validazione e divisione in gruppo dei compiti per casa
- h. 18:00 Fine dei lavori per la giornata

Giovedì

- h. 08:45 Arrivo dei partecipanti
- h. 09:00 Workshop 4: il metodo di lavoro – Esercizio di gruppo: il M challenge.
- h. 09:30 Lavoro in gruppo e coaching da parte dei docenti
- h. 11:30 Workshop 5 - il modello di business
- h. 11:45 Lavoro in gruppo e coaching da parte dei docenti
- h. 13:00 Pranzo a buffet e lavori di gruppo
- h. 14:00 Arrivano i mentor! (ogni mentor si ferma al massimo 30 minuti, poi cambia gruppo)
- h. 14:00 Lavoro in gruppo su business model
- h. 17:30 Divisione dei compiti per casa
- h. 17:40 Workshop 6 - come si presenta un progetto (pitch school)
- h. 18:00 Fine dei lavori per la giornata

Venerdì

- h. 08:45 Arrivo dei partecipanti
- h. 09:00 Lavoro in gruppo sulla presentazione, coaching e pitch clinics (prove tecniche di pitch)
- h. 11:30 Scadenza per la consegna delle slides
- h. 11:45 Presentazione dei progetti alla giuria (con Q&A)
- h. 12:30 Riunione della giuria
- h. 12:45 Premiazione, momento conviviale e saluti finali
- h. 13:00 Fine dell'evento

Nota per i mentor

Grazie per aver dato la vostra disponibilità a fare da mentor all'interno del Laboratorio di Start-Up. Queste righe riassumono alcune indicazioni per sfruttare al meglio il tempo che avete deciso di dedicarci.

Cosa è chiamato a fare un mentor in un programma di educazione all'imprenditorialità come "Tempesta di Cervelli"? L'attività più importante è quella di affiancare i gruppi di studenti cercando di capire come essere d'aiuto durante l'ideazione del progetto imprenditoriale. In altre parole: non tanto risolvere problemi per conto loro ("come facciamo a fare questo?") ma piuttosto fare le domande giuste al momento giusto, sapere ascoltare, intervenire chiedendo chiarificazioni, approfondimenti e dando indicazioni sulla direzione di lavoro (ma non una soluzione precisa).

Sono particolarmente utili domande che cercano di focalizzare l'attenzione del gruppo rispetto agli elementi fondamentali del loro progetto, tipo:

- Avete individuato un problema da risolvere, e qual è?
- Chi è il vostro cliente target? Perché / in che misura/ quando / ogni quanto / sperimenta il problema che avete individuato?
- Come è fatta la vostra soluzione e perché risolve il problema per il vostro cliente?
- Come sono fatti i concorrenti? Perché i clienti dovrebbero scegliere la vostra soluzione e non quella della concorrenza, ecc.
- Come pensate di generare ricavi? Come pensate di vendere il prodotto/servizio (ad es.: una volta sola, ogni volta che lo usa, a noleggio per un periodo, ecc.)
- Quali sono le risorse e le attività critiche per portare sul mercato la loro soluzione? Cosa pensano di fare internamente come team, e cosa invece pensano di far fare all'esterno a partner commerciali, terzisti e fornitori?

Se possibile, spingete i componenti del gruppo a contattare potenziali clienti per delle interviste conoscitive (ad es. telefoniche) per cercare di capire se hanno davvero il problema in oggetto. Se basano il loro ragionamento su ipotesi (al posto di evidenze concrete), provate a mettere alla prova queste ipotesi (ad es.: "stiete davvero sicuri che il cliente si comporti così", "impossibile che non ci siano concorrenti, come stanno risolvendo il problema oggi i vostri clienti?", ecc.). Esortateli anche a dividere il lavoro in compiti specifici da svolgere il parallelo, assicurandosi che tutti si sentano responsabilizzati e siano produttivi.