

# GLI SVILUPPI FUTURI DELL'IMPRESA, A VOLTE, SONO STATI GIA' COSTRUITI

**Piccolo appunto per cominciare ad introdurre nuove aree  
d'affari**

*rev. 01 – Gennaio 2015*

In azienda bisogna pensare al futuro, a nuovi progetti, prodotti, mercati. La competizione si fa sempre più rapida e i cambiamenti mettono di fronte a scelte su innovazioni a volte radicali.

Qui ci permettiamo solo di offrire un contributo per riflettere su possibili scenari futuri per il business aziendale basati su capacità e patrimoni già costruito e presenti che, opportunamente organizzati, possono rappresentare un salto di qualità competitivo con investimenti a bassissimo costo (vedi tab)

Tab.

<b>DOVE SI TROVA IL FUTURO DELLA MIA IMPRESA?</b>	
<b>UN'AREA DI BUSINESS SOTTOVALUTATA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contiguità non sviluppate: mercati o prodotti vicini a quelli principali</li> <li>• Aree d'affari secondarie: mercati marginali da monitorare, possono rappresentare sviluppi futuri da cogliere in anticipo rispetto alla concorrenza.</li> <li>• Prodotti orfani: applicazioni o servizi già sviluppati in azienda che non sono stati mai accompagnati da una promozione adeguata</li> </ul>
<b>UN APPROCCIO AI CLIENTI MAI SFRUTTATO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Segmenti di mercato non riconosciuti: mettere vicino una buona analisi dei vari settori di mercato alle capacità aziendali può aprire a innovazioni a costi bassissimi</li> <li>• Accesso privilegiato e fiducia: segmenti dove l'azienda ha alta reputazione può consentire di introdurre novità con un buon accoglimento da parte della clientela senza grandi sforzi commerciali</li> <li>• Dati e informazioni sottoutilizzati: la storia aziendale è spesso piena di dati e relazioni che opportunamente trattati forniscono importanti indicazioni sulle aspettative dei clienti, abbassando notevolmente i rischi per investimenti in nuovi prodotti</li> </ul>
<b>IN COMPETENZE E CAPACITA' NON PIENAMENTE UTILIZZATE</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Competenze nascoste: la storia e le esperienze dei collaboratori e dei gruppi di lavoro rappresentano un patrimonio da valutare indipendentemente dai compiti attuali, provando a combinarli con scenari su diverse applicazioni</li> <li>• Competenze non-core delle varie divisioni: capacità realizzative sulle aree d'affari non sotto l'occhio del business principale devono essere tenute ben presenti, potendo servire in proposte future al mercato</li> </ul>