

MODULO 2

VOLONTA' DI ESPLORARE

-BREVE RIASSUNTO-



I. CHE COS'E' LA VOLONTA' DI ESPLORARE?

La volontà di esplorare non è semplicemente quella di esplorare le opportunità di mercato. Ci sono due modi per comprendere la volontà e la disponibilità ad esplorare: una è quella della ricerca dei bisogni del cliente, mentre l'altra si concentra sulla volontà di capire i propri limiti e le capacità per superarli.

II ABILITA' IMPRENDITORIALI E ABILITA' DI UN IMPRENDITORE SOCIALE

Le abilità chiave che **ciascun imprenditore** dovrebbe avere – al di là delle capacità tecniche - sono le **competenze sociali e personali**:

- **Autoconsapevolezza** – Ogni imprenditore deve conoscere le proprie forze e debolezze per poter rafforzare i punti di forza e risolvere i problemi creati dai punti deboli.
- **Consapevolezza della propria rete** – il successo di un imprenditore non dipende solo da sé stessi, dai clienti o dai fornitori. L'imprenditore deve considerare che anche gli amici e la famiglia giocano un ruolo molto importante per il successo di un progetto. D'altra parte, deve anche essere consapevole di come il successo e il fallimento legati ad un progetto influiscano sulle persone attorno.
- **Resilienza** – non significa essere forti ma piuttosto flessibili. Per esempio, se si incontra un ostacolo nel cammino si dovrebbe essere in grado di aggirarlo e superarlo.
- **Lungimiranza** – Si deve essere in grado di prevedere l'evoluzione futura dei propri affari e dell'ambiente, analizzando la situazione attuale del mercato, della società, degli utenti e dei clienti.

COMPETENZE DI UN IMPRENDITORE SOCIALE

Al di là delle competenze già menzionate, le competenze specifiche che un imprenditore sociale deve avere sono:

- **Consapevolezza dell’impatto sociale** – gli imprenditori sociali devono essere consapevoli dell’impatto sociale che vogliono creare nell’ambiente e nelle persone circostanti mentre attuano il progetto.
- **Capacità di pianificare e massimizzare l’impatto.** – gli imprenditori sociali progettano e pianificano con lo scopo di massimizzare l’impatto sociale. In realtà l’impatto sociale per un imprenditore sociale non è il sottoprodotto di una regolare attività, ma è proprio ciò che perseguono, mentre la parte commerciale del progetto è un modo per avere un ricavo. In questo contesto, il ricavo è un modo per finanziare un’attività ad impatto sociale. Il profitto che si guadagna è qualcosa da reinvestire. In questo modo, l’imprenditore sociale è capace di accrescere o aumentare e massimizzare l’impatto sociale che sta attuando o cercando di attuare.

Una scelta di vita

In considerazione delle competenze e delle abilità degli imprenditori va posta una domanda molto importante:

L’imprenditoria è un modo di vivere o un modo per guadagnarsi da vivere?

- Per molti imprenditori, l’imprenditorialità è un stile di vita. Di solito non si vedono come semplici liberi professionisti. Gli imprenditori tendono a vedersi come persone che inseguono una passione ed è molto difficile per loro distaccarsi dal progetto. Va detto che la capacità di staccarsi dal progetto è molto importante, poiché l’avvio di un’impresa non è una

gara di velocità. In realtà, è una maratona e si deve essere in grado di sostenere lo sforzo per tutto il tempo.

- Molti di questi imprenditori sono ossessionati con l'innovazione che cercano di inserire nel mercato. Iniziare qualcosa di nuovo è un obiettivo vitale, non un dovere lavorativo. L'ossessione per l'innovazione è sana, ma solo se gestita correttamente.

III INNOVAZIONE NEGLI AFFARI

Innovazione non significa solo avere un'idea brillante o pensare qualcosa a cui nessuno aveva mai pensato prima. Le esigenze dei clienti, degli utenti, dei cittadini, ecc. vanno sempre tenute a mente quando si parla di imprenditoria sociale. Infatti, l'innovazione è rispondere ad una necessità reale con una nuova soluzione. La base del successo nell'innovazione e negli affari è questo legame tra innovazione e bisogno.

Innovazione ed opportunità sul mercato.

Si ha un'opportunità quando si ha una nuova idea legata ad un bisogno sociale. La prima domanda che un imprenditore si dovrebbe porre è: "c'è domanda per la mia idea?" e poi, se le persone stanno cercando qualcosa di nuovo: "chiedevano quello che gli sto offrendo?".

Poi, si deve considerare che gli utenti ed i clienti sono generalmente molto conservatori. Amano usare qualcosa che funzioni molto bene, e fino a che funziona bene non cercano dei cambiamenti. Anche se gli si può garantire che quello che si sta facendo è meglio, preferiscono rimanere nella loro zona di comfort. Ecco perché è così importante sapere cosa fare con l'innovazione quando si ha un'idea.

Pensa, Progetta, Sviluppa, Vendi... INIZIA DI NUOVO!

Lanciare un progetto innovativo o un prodotto/servizio innovativo è una sfida molto grande, principalmente perché i consumatori provano una sorta di ossequio per l'utilizzo di qualcosa di nuovo. Esiste sempre la tentazione di sviluppare un prodotto innovativo o un servizio da tenere al segreto e così si investono soldi e parecchio tempo senza parlarne con nessuno. Per paura che

qualcuno lo possa copiare, il prodotto viene messo nelle mani del consumatore all'ultimo minuto, quando tutti i soldi sono già stati investiti. A questo punto, l'inventore stesso è emotivamente attaccato al prodotto/servizio e di solito questo fattore rappresenta una ricetta per fallimento.

Al momento, le metodologie più all'avanguardia prevedono il lancio di prodotti e servizi che includono i clienti e gli utenti nel processo della progettazione sin dal primo momento:

La progettazione centrata sull'essere umano ("**Human-centred design methodology**"), è una metodologia di pensiero progettuale che cerca di coinvolgere gli utenti nel processo creativo dal primissimo inizio. Si basa sulla prototipazione rapida e l'iterazione dei prodotti e servizi basati sui feedback degli utenti.

L'idea è che, non appena la primissima idea è pronta, venga creato rapidamente un prototipo che venga poi testato nella pratica insieme agli clienti che poi diverranno utenti. Sulla base dei risultati dell'interazione degli utenti con il prodotto, quest'ultimo potrà essere ulteriormente sviluppato e le eventuali caratteristiche mancanti incluse.

Altre metodologie che vengono utilizzate per lanciare un progetto, specialmente per lo sviluppo di prodotti e servizi innovativi, sono le metodologie di **LEAN-Start-up**. La base di queste metodologie rappresenta quello che serve per creare il prodotto minimo vitale. Si tratta di una primissima e minimale versione di un prodotto che risponde alle ipotesi di base che vengono utilizzate quando un prodotto o un servizio viene lanciato sul mercato. La domanda fondamentale è: "Il prodotto è di valore per il mio cliente?" In realtà nessuno può rispondere a questa domanda senza aver prima venduto il prodotto al cliente iniziale. Quindi, di nuovo, si tratta di creare un prototipo, approssimare e trovare il giusto cammino sul mercato. Su questo cammino, ci si deve assicurare che il prodotto o il servizio incontri lo stile di vita e i bisogni dei clienti.

Queste sono le ragioni del perché la **volontà di esplorare**, le proprie abilità, i bisogni del cliente e le opportunità del mercato sono fondamentali per l'imprenditore.