

Roadshow

Tutti gli incontri si svolgeranno dalle ore 17.30 alle ore 19.30

1° INCONTRO

MILANO • 16 LUGLIO 2018

eLeadership. Come rileggere la leadership con la lente del digitale

2° INCONTRO

MILANO • 20 SETTEMBRE 2018

TORINO • 27 SETTEMBRE 2018

ROMA • 10 OTTOBRE 2018

Gli scenari di business e di consumo tra Intelligenza Artificiale, Big Data ed IoT

3° INCONTRO

MILANO • 18 OTTOBRE 2018

Marketing e vendita nell'era della digital customer centricit

4° INCONTRO

MILANO • 14 NOVEMBRE 2018

ROMA • 5 DICEMBRE 2018

Oltre Bitcoin: il cambiamento di paradigma di blockchain e gli impatti sul business

5° INCONTRO

MILANO • 13 DICEMBRE 2018

Ufficio 4.0. Le nuove frontiere dello Smart Work

6° INCONTRO

MILANO • 24 GENNAIO 2019

Social Internet of Things: la comunicazione digitale nell'era dei Big Data e dell'IoT



PER INFORMAZIONI

Sedi Milano e Torino

Luigia Vendola

Tel. 0254063137

Tel. 02540631

Sede di Roma

Veronica Ciccarone

Tel. 06 50 43 053

PER ISCRIVERSI

http://bit.ly/CfmtUomini4_0

La partecipazione all'evento è gratuita e riservata ai dirigenti associati in regola con il versamento degli appositi contributi.

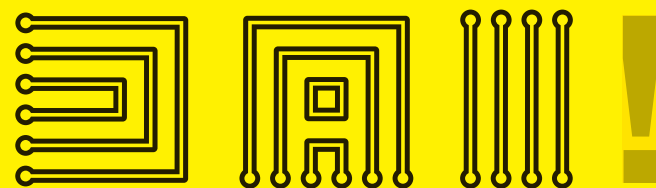


In partnership con:



• KANSO •

Stampato ECO OFFSET, il modello industriale sostenibile accertato da TUV Italia



DIGITAL AWARENESS IMPROVEMENT
CONVERSAZIONI SULLA TRASFORMAZIONE DIGITALE



Conversazioni sulla trasformazione digitale

Per comprendere il senso della rivoluzione digitale in corso, prima ancora di parlare di competenze digitali, è necessario partire dall'acquisizione di una nuova consapevolezza relativa al tema della trasformazione digitale e dei punti di forza e debolezza che tale fenomeno presenta, oltre che delle sfide di fronte alle quali pone azienda e manager.

Il ciclo di incontri **"DAI - Digital Awareness Improvement Conversazioni sulla Trasformazione"** si pone l'obiettivo di approfondire sia i più importanti temi connessi ai driver tecnologici relativi alla trasformazione digitale, dai big data all'intelligenza artificiale, dall'internet delle cose ai social media sia la componente umana – quella soft- che consente di riprogettare le organizzazioni, i processi e le competenze per cogliere il meglio delle opportunità offerte dalle nuove tecnologie.

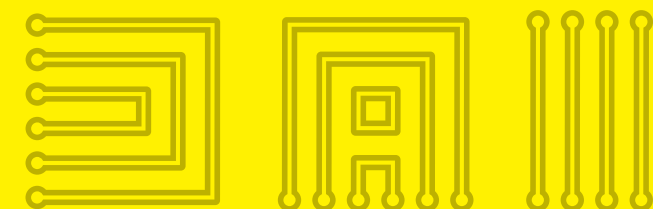
Cambiano i contesti, le dinamiche competitive, gli strumenti di lavoro, i valori manageriali e soprattutto la mentalità e sensibilità dei collaboratori (... e dei clienti) – in particolare di quelli più giovani. E l'esperienza che viviamo sul campo non può non cambiare i nostri comportamenti anche in modo consapevole e meditato. Per questi motivi anche il "mestiere del manager" richiede aggiornamenti periodici.

Coordinamento degli incontri a cura di:

Stefano Epifani Presidente del Digital Transformation Institute e
Andrea Granelli Socio Fondatore KANSO Srl

Il roadshow

Il progetto prevede che nel corso del 2018 vengano realizzate una serie di tappe sul territorio per aprire la ricerca, confrontarsi sui risultati emersi, incontrare gli esperti, conoscere le prospettive e i modelli di business che regoleranno la trasformazione digitale in corso.



1° INCONTRO
MILANO
16 LUGLIO 2018

eLeadership.
Come rileggere la leadership con la lente del digitale

La capacità di muoversi negli ambienti digitali e di guidare la *Digital Transformation* dipende non tanto da un'approfondita competenza tecnica ma da una comprensione delle dinamiche tecnologiche, dei suoi impatti su business, organizzazioni e persone, degli effetti collaterali inattesi, delle precondizioni spesso minimizzate, dal saper tradurre opzioni tecnologiche in previsioni e Business Case. E anche da specifiche soft skills – pensiero critico, capacità di concettualizzare e astrarre, sense making, sapersi muovere in ambienti ambigui; e soprattutto dalla sensibilità ed empatia verso le risorse coinvolte nella Digital Transformation: dall'abilità, quindi, nel people management e nella comunicazione nelle sue varie dimensioni: persuadere, motivare, dirimere i conflitti, negoziare.

Gli scenari di business e di consumo
tra Intelligenza Artificiale, Big Data ed IoT

La sempre maggiore disponibilità di dati, unita alla pervasività delle tecnologie digitali e ad algoritmi di calcolo sempre più complessi basati sull'intelligenza artificiale, stanno mutando radicalmente gli scenari di business. I Big Data definiscono nuovi paradigmi economici, l'Internet of Things (internet delle cose) abilita nuovi modelli di business, l'intelligenza artificiale sta rivoluzionando il concetto stesso di lavoro ed intere industrie. Ma quanto di tutto ciò è già realtà e quali sono le prospettive di queste applicazioni? Quanto i consumatori si rendono conto del cambiamento in corso e quale è la loro predisposizione rispetto ai nuovi scenari che si prospettano nelle nuove modalità di gestione dell'esperienza utente? Ma soprattutto: cosa devono fare le imprese?

3° INCONTRO
MILANO
18 OTTOBRE 2018

Marketing e vendita
nell'era della *digital customer centricity*

La società (non solo il mercato, ma anche la demografia, l'ambiente, la geopolitica, ...) sta cambiando in modo radicale e veloce e ciò ha un grande impatto sui clienti. Anche il digitale sta contribuendo a trasformare il cliente: non solo nei suoi bisogni e nei suoi processi di selezione, acquisto e consumo ma anche nelle sue dimensioni più profonde (consapevolezza, attività cognitive, gestione del tempo, nuovi timori, ...). È dunque sempre più necessario saper interpretare i nuovi bisogni, pesarli, e progettare e gestire un'organizzazione capace di soddisfare questi bisogni a costi contenuti e continuamente monitorati. Riconoscere i (nuovi) bisogni richiede anche di rendersi conto degli «incidenti» con i propri clienti (anche quelli inconsapevoli) e soprattutto di saper leggere il loro significato e valore con gli occhi del cliente e non solo con quelli dell'organizzazione. È su questi presupposti che vanno reinterpretati il marketing e la vendita nell'era digitale e vanno applicate le sempre più numerose tecnologie che valorizzano l'esperienza in loco e il punto vendita e armonizzano l'esperienza online con quell'offline.

4° INCONTRO
MILANO
14 NOVEMBRE 2018
ROMA
5 DICEMBRE 2018

Oltre Bitcoin: il cambiamento di paradigma
di blockchain e gli impatti sul business

Alcune tecnologie sviluppano nella società e nell'economia profondi cambiamenti di paradigma. È il caso delle distributed ledger technology, tecnologie alla base di Blockchain e delle criptovalute come BitCoin. Criptovalute che sono solo una, e di certo non la più importante, delle applicazioni possibili grazie ai sistemi di registro distribuito resi possibili dalle DLT. Dalla gestione dei processi di filiera agli smart contract, passando per sharing economy e social network privi di intermediari e sistemi di gestione di prestiti tra privati, le DLT promettono di ridisegnare molti dei processi aziendali ai quali siamo abituati. Ma cosa sono e come funzionano queste tecnologie? Quale è il livello di consapevolezza delle opportunità e dei relativi rischi da parte di consumatori ed imprese? Perché le DLT sono così importanti e soprattutto: perché il cambiamento che producono riguarda tutti noi?

Ufficio 4.0. Le nuove frontiere dello Smart Work

La digitalizzazione del lavoro sta consentendo modi radicalmente nuovi di lavorare; l'ufficio si trasforma, nascono spazi di co-working, i bar diventano sale riunioni e l'auto o la stanza d'albergo uffici personali. L'agente di cambiamento non è solo il digitale ma anche il design dei nuovi spazi di lavoro. Verranno approfonditi due specifici aspetti resi possibili dal digitale. Innanzitutto gli impatti sui modelli organizzativi, le pratiche di lavoro (smart work) e i processi di governance della digitalizzazione del lavoro. Gestire team sparpagliati, dare feed-back in skype, partecipare a riunioni dove non si vedono i partecipanti richiedono nuove abilità e sensibilità. In secondo luogo la gestione (digitale) della conoscenza personale e del proprio know-how (che deve essere accessibile dovunque ci troviamo). Come cioè organizzare – grazie a un metodo consolidato e a specifici tool digitali – la nostra conoscenza personale e il nostro archivio lavorativo: in parole povere ciò che ci differenzia dagli altri, ci dà un "vantaggio competitivo" e che definisce la nostra identità, in un'età caratterizzata da informazione debordante, eccessiva e spesso falsa e dalla progressiva riduzione delle prestazioni della nostra memoria biologica.

6° INCONTRO
MILANO
24 GENNAIO 2019

Social Internet of Things:
la comunicazione digitale nell'era dei Big Data e dell'IoT

Ormai più della metà degli italiani è on-line, e lo stesso vale per i cittadini degli altri Paesi. Facebook ed i suoi epigoni hanno ridisegnato gli scenari della comunicazione e con essi molti dei processi di relazione con il cliente. Attraverso i social media le persone si informano, si relazionano, formano le proprie opinioni politiche, determinano le scelte d'acquisto. Ma tali strumenti sono anche potenti strumenti per comprendere i propri clienti ed i loro comportamenti. La comunicazione digitale resa possibile dai social media e dagli smart device, unita ai big data ed all'internet delle cose, ridefinisce le regole della comunicazione e dei processi di interazione, ma impatta anche sui modelli di business delle aziende. Di ogni azienda. Come ripensare la propria azienda nell'era della comunicazione digitale? Come integrare la comunicazione digitale nei processi nell'era dell'Internet delle cose? Cosa si aspettano gli utenti, e cosa fare per fornire risposte concrete alle nuove esigenze di servizio?

5° INCONTRO
MILANO
13 DICEMBRE 2018