

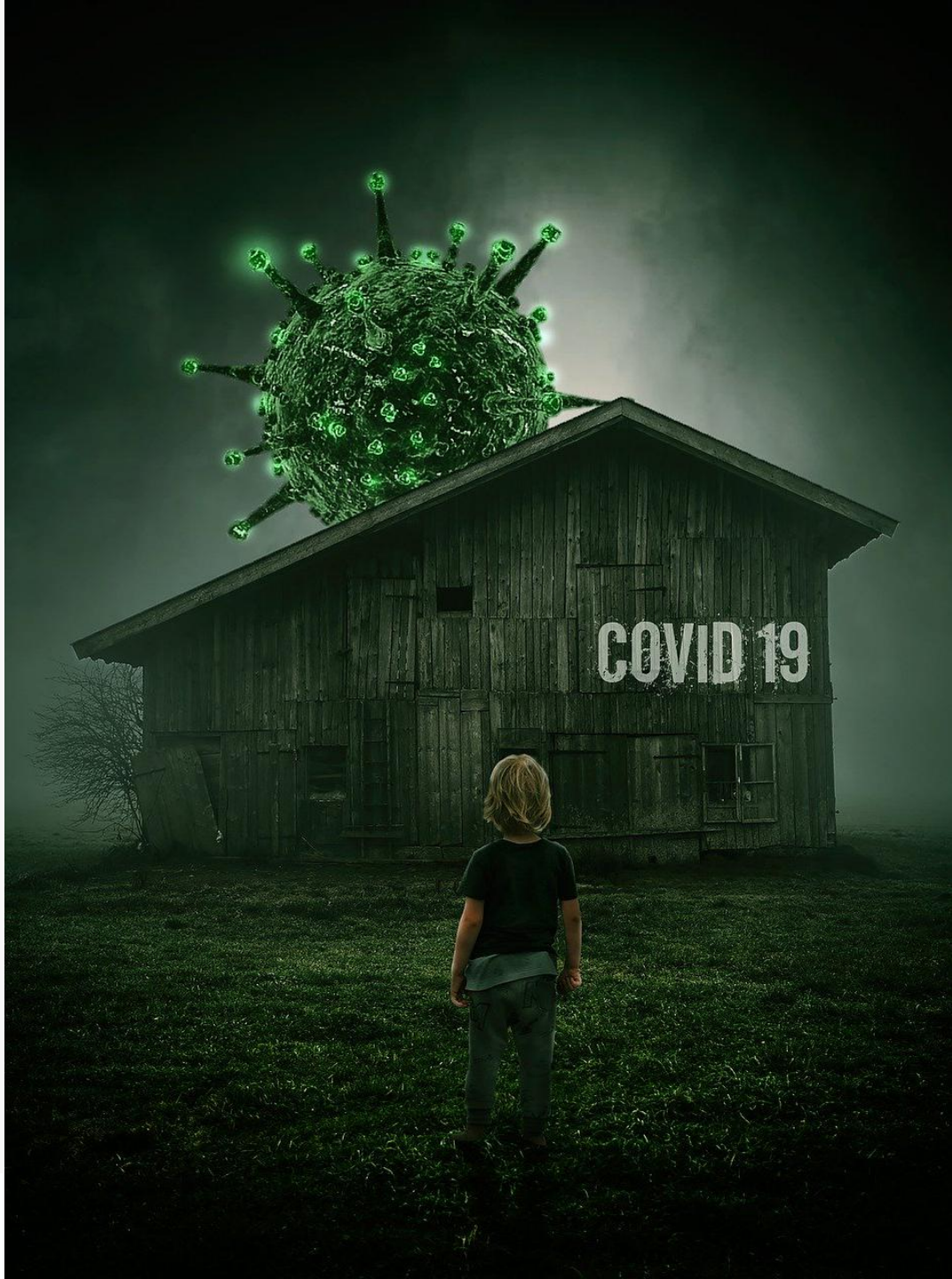
Baby Future



01

04. Marker Valoriale n.4: L' Io Smart

Il quarto di 7 approfondimenti sui Marker Valoriali.



Una nuova capacità: gestire l'incertezza, a ogni livello.

Cosa ha provocato, oltre ai suoi aspetti drammatici, l'avvento del Covid 19?



**UN CAMBIAMENTO
VIOLENTO DELLE NOSTRE
ABITUDINI DI VITA.**



**LA PERCEZIONE DI
INCERTEZZA, AD OGNI
LIVELLO.**



Baby Future

É uno strumento dedicato alle aziende che vogliono prendere il futuro nelle proprie mani.

Il focus infatti è sul futuro e su come farlo crescere in queste mutate condizioni.

Osserviamo sistematicamente i **fenomeni emergenti**, per selezionarne quelli più rilevanti a livello economico, sociale e ambientale.

Identifichiamo i «**MARKER VALORIALI**» più significativi, ovvero gli indicatori di sistema che ispirano gli orientamenti e timbrano i comportamenti di consumo delle persone.

Identifichiamo i «**SEGNALI FERTILI**», ovvero quelle manifestazioni di stili di vita o di consumo poco visibili al momento, ma che contengono delle potenzialità germinative utili per la rinascita delle nostre imprese.

Tutto è pronto per focalizzare, grazie ai segnali fertili, delle opportunità di business, e trasformarle in prodotti e servizi di successo.

I MARKER VALORIALI

I SEGNALI FERTILI

LE OPPORTUNITA' DI
BUSINESS

I NUOVI PRODOTTI
I NUOVI SERVIZI

I 7 Marker valoriali





1. Il Contagio Psicologico:

convivere con il desiderio di stare assieme e la paura di avere contatti fisici



2- Io sono quel che faccio:

riscoprire la propria identità attraverso il “fare” o il “comprare”



3. Io, il Pianeta: aver “visto” che il Pianeta può stare meglio



4. L'lo Smart:

decidere se continuare a vivere e a lavorare “smart” o se tornare al “tradizionale”



5. Noi, sono Italiano:

l'orgoglio scatenato dal coraggio e la competenza di chi opera in prima linea



6. L'Allerta Permanente:

una “nuova” abitudine alla prevenzione, per i campioni del problem solving



7. Seguire le regole è Figo:

la piacevole sensazione del rispettare le regole, le persone, gli impegni.. e la evidente importanza del pagamento delle tasse

Gli indicatori di sistema che ispirano gli orientamenti e timbrano i comportamenti di consumo delle persone.

Marker Valoriale #4: L'lo Smart

I SEGNALI FERTILI

“L'appetito vien mangiando...ora la dimensione smart sarà il mio modo di essere da qui in avanti”.

Smart Working

La voglia di prolungare gli effetti positivi del lavorare in remoto sperimentati durante la crisi

Smart Living

La scoperta che la qualità della vita può crescere in modalità smart

Implicazioni di scenario a breve termine: 6 mesi

Smart working: tecnologia aumentata e prossimità digitale:

- Sviluppo della formazione digitale per le piccole imprese (e-commerce, e-learning, comunicazione & social, altre piattaforme)
- Dematerializzazione delle attività di front office e avvio di concetto relazione personalizzata in ambiente digitale.
- Maggiore efficacia produttiva legata all'organizzazione personale del lavoro: "divento imprenditore del mio tempo"
- Creatività aumentata nelle soluzioni delle problematiche: l'ambiente diverso da quello usuale può stimolare nuove forme di confronto e nuove visioni a vantaggio di innovazioni di prodotto, di processo o organizzative
- Incremento clic and collect per evitare tempi di attesa e problematiche legati ai resi
- Gli Smart phone diventano a tutti gli effetti beni di prima necessità: da dispositivi tecnologici a strumenti di lavoro e di vita quotidiana

Il nuovo tessuto sociale digital

- Sviluppo ulteriore di piattaforme di delivery relazionali per negozi fisici e digitali (chat, social, etc)
- Incremento utilizzo piattaforme di condivisione per le attività ad alta densità : palestre, cinema, attività culturali e di intrattenimento.
- Riorganizzazione delle abitudini e consuetudini quotidiane: revisione orari dei negozi, servizi, trasporti, aperitivi e cene.
- Sviluppo di abbonamenti e modalità sharing in sicurezza, vissute come occasioni relazionali
- Importanza del ruolo dell'expert in tutti gli store fisici per guadagnare valore aggiunto rispetto all'acquisto digitale.
- Riorganizzazione dei ruoli familiari per le incombenze domestiche, ridefinizione delle responsabilità di acquisto della spesa online
- Servizi di bellezza e salute (parrucchieri, estetisti): riorganizzazione modalità di interazione: dalla ridefinizione degli spazi alla conversione in servizi a domicilio su prenotazione online
- Sviluppo di servizi su piattaforme con modalità semplificate per permettere la vita relazionale online anche ai non utilizzatori abituali
- Sviluppo podcast e piattaforme gaming per consentire intrattenimento durante le code forzate
- Sviluppo di sistemi di mobilità individuale a basso impatto ambientale: biciclette, monopattini, scooter elettrici.

Implicazioni di scenario a medio termine: 12 mesi

Attività digitali, riconversione fisica

- **Riduzione degli uffici con riconversione delle aree urbane ed extraurbane in spazi residenziali e destinati alla comunità.**
- **Riorganizzazione degli spazi abitativi per inglobare aree di lavoro smart.**
- **Aumento dei consumi gratificanti (prodotti beauty, food tempo libero) come reinvestimento emotivo del risparmio su altri fronti.**
- **Moda, abbigliamento, design: da shopping fisico a consulenza virtuale con esperto e commesso personale.**

Implicazioni di scenario a lungo termine: 18 mesi

Smart training, Condominio smart

- **Incremento di corsi one to one digitali : allenamenti personalizzati con trainer, lezioni individuali con esperti vari (fotografia, computer, etc) grazie ad una maggiore economicità rispetto agli incontri fisici.**
- **Sviluppo nelle co-housing di aree smart per attività digitali di condominio: spazi lavoro ma anche spazi ludici per il gioco digitale, le lezioni ginniche virtuali, i laboratori web, etc.**
- **Creazione di spazi fisici di quartiere con centri di acquisto comunitari online**
- **Corsi educazione civica collettiva e di educazione digitale per i senior, sovvenzionate dal governo per affrontare eventuali ondate di lock down**
- **Sviluppo telemedicina e allargamento servizi medici virtuali quali ambulatori, farmacie, servizi terapeutici sanitari via skype.**

Chi Siamo

VVA Business Consulting stimola i Clienti a generare, sviluppare e cogliere nuove o innovative opportunità di crescita, in scenari in continua trasformazione, lavorando a fianco dei Clienti con la logica del collega aggiunto. VVA Business Consulting è un Network di Consulenza aperto ai migliori talenti in grado di creare valore aggiunto per le Imprese, le Persone, i Territori che le ospitano.

Soluzioni

- **BABY FUTURE**
Identificazione di segnali anticipatori di futuri trend di consumo.
- **NEW BUSINESS SCOUTING**
Ricerca nazionale e internazionale di nuove opportunità di business.
- **CUSTOMER NETWORKING MANAGEMENT**
Crescita del fatturato, della fiducia e dell'entusiasmo dei clienti, con modalità tradizionali e digitali.
- **VALUE ADDED**
Strategia e crescita del valore d'impresa.
- **DESIGN THINKING**
Ideazione, progettazione e realizzazione di nuovi prodotti e servizi.
- **AGILE MANAGEMENT**
Innovare processi e assetto organizzativo per anticipare e governare ogni cambiamento di scenario competitivo.
- **IMPACT MARKETING**
Innovazione dei processi di marketing, per armonizzare obiettivi di profitto, di soddisfazione delle persone, di rispetto dell'ambiente.

Baby Future continua. Non perdere il prossimo Marker Valoriale!



Gianluigi Contin

Partner VVA

email: g.contin@vva.it

web: www.vva.it

VVA Business Consulting
Via Torino 61, 20123 Milano



**MARKER
VALORIALE #4:
«L' lo Smart»**

