

UniCaLab Academy

L'UniCaLab Academy è il percorso formativo organizzato all'interno del Contamination Lab dell'Università della Calabria per favorire l'acquisizione di nuove competenze volte allo sviluppo di progetti di innovazione a vocazione imprenditoriale. La trasversalità tra le discipline è uno degli elementi fondanti del corso in cui l'innovazione nasce dalla collaborazione tra studenti che provengono da percorsi formativi diversi e che lavorando insieme a progetti comuni acquisiranno competenze di problem solving, decision making, team working, project management, public speaking e business modelling finalizzate allo sviluppo di un'idea imprenditoriale.

Obiettivi Formativi

Il percorso si propone di fornire competenze specifiche quali:

- focalizzare lo spazio dei mercati obiettivo per le innovazioni;
- formulare una proposta di valore (Value Proposition) coerente;
- aumentare la consapevolezza dell'importanza del team in un progetto imprenditoriale/innovativo;
- delineare un modello di business (Business Model - BM) sostenibile e scalabile;
- acquisire tecniche di validazione di proposte di valore efficaci e sostenibili;
- costruire una relazione collaborativa e di valore con il cliente-adopter;
- creare analisi di dati pertinenti in un progetto imprenditoriale/innovativo;
- acquisire conoscenze operative e casi pratici sul Growth Hacking: come diventare virali;
- gestire i rischi e le opportunità relativi ai diritti di proprietà intellettuale (Intellectual Property Rights - IPR);
- conoscere strumenti di negoziazione in ottica Open Innovation (OI);
- acquisire una visione integrata del modello di business;
- acquisire conoscenze economiche necessarie per effettuare simulazioni economico-finanziarie;
- acquisire competenze su come presentare un progetto innovativo/imprenditoriale (pitch, ecc.).

Ma anche competenze trasversali (soft skill) quali:

- gestire relazioni e gruppi (people management);
- acquisire il pensiero critico e creativo (critical thinking and creativity);
- acquisire capacità di comunicazione e negoziazione (negotiation, coordination with others, judgement and decision making).

Programma del Percorso Formativo

1. MODULO "TEAM E INNOVAZIONE"

Il modulo pone in evidenza in modo solido le basi dell'esperienza imprenditoriale, focalizzandone gli aspetti più critici: il *team* con cui si lavorerà, la visione innovativa e il trasferimento dell'innovazione al mercato sotto forma di prodotto in grado di raggiungere il cosiddetto "*Problem-Solution FIT*" (P/S FIT).

I temi trattati sono:

- a. come si progettano e si implementano idee innovative e modelli innovativi di successo;
- b. individuare e visualizzare quali sono i problemi che i potenziali clienti di una startup affrontano;
- c. le soft skill essenziali per l'imprenditore.

2. MODULO “VALIDAZIONE”

Nel secondo modulo si introducono i fondamenti della gestione Lean in un progetto di *startup* e si inizia a delineare il primo *Business Model* in ottica di validazione delle ipotesi sottostanti e conseguente “svolta” (*Pivoting*) verso soluzioni sempre più sostenibili e potenzialmente scalabili.

I temi trattati sono:

- a. come identificare un mercato e fare match con il Problem-Solution FIT;
- b. come validare un'idea di business;
- c. come capire in anticipo se i futuri acquirenti saranno disposti a pagare per un nuovo prodotto/servizio.

3. MODULO “CUSTOMER DEVELOPMENT”

In questo modulo viene trattato in particolare il *trend* della *Digital Transformation*, introducendo il concetto di *Growth Hacking*: insieme di metodologie di *marketing* per favorire una validazione molto rapida e sostenibile con poche risorse, coerente con un modello di *startup* di tipo *Lean*.

I temi trattati sono:

- a. il Growth Hacking, quale metodo incentrato sulla costruzione del percorso con il potenziale cliente e mirato ad acquisire e fidelizzare i clienti.
- b. il funnel marketing quale strumento per trasformare i potenziali clienti in nuovi acquirenti;
- c. l'analisi dei dati per far crescere una *start up*.

4. MODULO “GESTIONE DELLA PROPRIETA' INTELLETTUALE”

Questo modulo si propone il tema della gestione della “proprietà intellettuale” (IP). Viene inoltre introdotto il *trend* dell'*Open Innovation* (OI), legato alla gestione della proprietà intellettuale generata dalla *startup*, nelle sue diverse possibili forme.

I temi trattati sono:

- a. principali strumenti di difesa di PI e le metodologie di valorizzazione economica;
- b. dalla registrazione di un marchio al deposito di brevetto.

5. MODULO “BUSINESS MODEL”

Questo modulo si pone come obiettivo quello di capire le come costruire il modello di business e come presentare il progetto a potenziali partner e investitori.

6. MODULO “FINANCIAL PLANNING”

Obiettivo principale di questa parte conclusiva è l'apprendimento delle metriche fondamentali da proiettare nel *Business Plan* (BP), applicando da subito la “simulazione per scenari”. Si prevede anche una fase formativa finale sul *pitching* del BP, in modo da favorire una prima acquisizione di *feedback* da parte di potenziali investitori e partner.

I temi trattati sono:

- a. la programmazione finanziaria di base;
- b. il piano finanziario quale elemento cardine del business.

Attività Laboratoriali

A supporto dell'attività laboratoriali sono previste attività di *Action learning*, utili a rafforzare il processo di costruzione, formazione e sviluppo dei singoli progetti innovativi, tenuti da relatori provenienti dal mondo accademico, imprenditoriale e finanziario:

- incontri con esperti;
- iniziative ed esperienze di contaminazione (come *talk* con ospiti di eccezione, *party meeting* o *party conference*);



- giornate di *team building* per stimolare la creatività, l'ascolto e la comunicazione di *vision*, *mission* e valore dei progetti aziendali.

Durante tutto il percorso, è prevista un'attività di ***Mentoring e Tutoring*** che segue e orienta i team per il raggiungimento dei seguenti obiettivi:

- lo sviluppo e la validazione di *Minimum Viable Product* (MVP) a supporto dell'attività di *business* perseguita;
- *test* ed esperimenti finalizzati alla validazione dei MVP con target di potenziali clienti.

Metodologie Didattiche

L'offerta formativa è caratterizzata dall'impiego di nuovi modelli di apprendimento (Lean methodology), supportati da processi di co-design con gli stessi studenti, fortemente basati sui principi di Visual Thinking e Lean Thinking. L'uso di tali modelli favorisce i gruppi di lavoro nell'apprendere con velocità le modalità con cui poter validare rapidamente il potenziale e la sostenibilità di una nuova idea di business.

È previsto, inoltre, l'utilizzo di strumenti di social learning, che offrono la possibilità di formare gruppi di discussione e di approfondimento su argomenti specifici (condivisione di nuove conoscenze tra esperti e studenti).

TESTI DI RIFERIMENTO ED EVENTUALI LETTURE CONSIGLIATE

- Traction. Le strategie vincenti per ottenere una crescita esplosiva di clienti, Gabriel Weinberg, Justin Mares (2018).
- Value Proposition Design. Come creare prodotti e servizi che i clienti desiderano, Alexander Osterwalder, Yves Pigneur (2014).
- Lean Analytics: Use Data to Build a Better Startup Faster, Alistair Croll, Benjamin Yoskovitz (2013).
- The Four Steps to the Epiphany, Steve Blank (2013).
- The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses, Eric Ries (2011).
- Creare modelli di business: un manuale pratico ed efficace per ispirare chi deve creare o innovare un modello di business, Alexander Osterwalder, Yves Pigneur (2010).
- Byers T.H., Dorf R.C., Nelson A.J. (2015), Technology Ventures: from idea to enterprise, 4th edition, McGraw-Hill