



LA GENERAZIONE DELLE IDEE

QUANDO NASCE L'IDEA

La necessità di un'idea parte dall'esigenza aziendale di conquistare nuove quote di mercato, ma non solo. Da molto tempo sono stati tanti i casi in **cui le aziende si sono create un nuovo mercato autonomamente**. Sono state **le stesse aziende a far emergere il nuovo bisogno**, che forse, in alcuni casi si chiama **desiderio/necessità**. Essere i leader di un mercato emergente è molto più profittevole di un mercato saturo e altamente inflazionato.

Focalizziamoci sulla partenza: la generazione di un'idea. Alcune aziende, hanno perso l'elasticità mentale che serve per capire di che cosa, oggi, il consumatore ha bisogno e/o desidera.

Che cosa devo proporre al mio potenziale acquirente e come? Oggi non c'è più tempo per prove dell'ultimo minuto. Quello che facciamo deve colpire nel segno! Questo è l'obiettivo che ci dobbiamo prefiggere. Dobbiamo offrire ciò che stanno cercando e ciò che vorranno in futuro.

IL PERCORSO

Instaurare un contatto diretto con chi sembrano essere più sensibile a ciò che in questo momento offriamo e/o potremo (leggi *dovremo*) offrire.

Facciamo prendere campo alla **Collaborative Innovation**, iniziamo ad aprirci ai terzi che non fanno parte della nostra struttura interna, ma possono comunque far parte di un meccanismo più ampio.

Per ottenere dei buoni risultati e partire con il piede giusto occorre considerare che **questi , da noi cercati**, dovranno essere **motivati e incentivati** (in qualche forma, non necessariamente economica). Questo ci aiuterà a instaurare un rapporto collaborativo che, probabilmente, **ci assicurerà dei giudizi e suggerimenti obiettivi e costruttivi**.



I flussi informativi in entrata e uscita portano a definire in modo tempestivo ciò che quel campione di consumatori cerca e/o desidera. Noi, **corriamo meno rischi nell'offrire e** allo stesso tempo **abbiamo l'opportunità di eccellere dove ne siamo capaci**. Ciò potrà farci guadagnare consensi importanti da riutilizzare come leva commerciale nell'immediato futuro.

Sintetizziamo brevemente per singola attività:

- Progettazione, organizzazione e definizione dell'iniziativa
- Proposta iniziale (**chi siamo, cosa proponiamo, chi cerchiamo**)
- Promuovere l'iniziativa sul web (**buona visibilità-posizionamento**)
- Raccolta dei contatti (**test idoneità**)
- Selezione dei contatti (**in base ai requisiti prefissati**)
- Definizione del rapporto tra i prescelti
- Inizio dello studio comune dell'idea
- **Primi sviluppi del progetto.**

Tutti gli strumenti
qui a fianco citati
fanno parte di un
unico sistema.
Hanno la loro
valenza se
utilizzati
contemporaneamente...

