

Indice

1	Conoscenze, idee, prodotti, mercato	9
1.1	Una definizione articolata	9
1.2	L'importanza dell'innovazione	11
1.3	Innovazione e società	12
1.4	Innovazione e crescita economica	15
1.5	Gli effetti negativi della tecnologia	17
1.6	Innovazione e sostenibilità	19
2	Innovazione ed evoluzione dell'impresa	23
2.1	Il concetto di concorrenza nella teoria economica	23
2.2	Il concetto di concorrenza nella strategia aziendale	24
2.3	Il ruolo dell'innovazione nel processo competitivo	25
2.4	Innovazione ed evoluzione delle imprese	27
3	L'innovazione dell'offerta	34
3.1	Il nuovo prodotto	34
3.2	Il destinatario del nuovo prodotto	36
3.3	Il grado di novità del prodotto	37
3.4	L'innovazione nel business model	39
3.5	L'innovazione nelle piattaforme	42
3.6	L'innovazione nei servizi	45
4	Innovation management	52
4.1	Successo e insuccesso dei nuovi prodotti	52

4.2	Innovazione e contesto competitivo	54
4.3	Il management intuitivo, difensivo o adattivo	56
4.4	Il management innovativo	59

5 Le strategie innovative 63

5.1	La strategia del first mover	63
5.2	Gli svantaggi del first mover	67
5.3	La strategia del follower	70
5.4	La protezione dell'innovazione	75
5.5	Strategie di protezione	77

6 Innovazione e creazione di nuovi mercati 83

6.1	Nuovi problemi e nuove soluzioni	83
6.2	I Market Structural Holes	86
6.3	Oceani rossi e oceani blu	88

7 Tecnologia e innovazione 92

7.1	Scienza e tecnologia	92
7.2	Innovazione tecnologica e mercato: il rapporto con la domanda	93
7.3	Le caratteristiche delle nuove tecnologie	95
7.4	Le ondate tecnologiche	96
7.5	La ricerca e lo sviluppo	99
7.6	Le decisioni delle imprese sulla R&S	102

8 Mercato e innovazione 105

8.1	Il mercato e i clienti	105
8.2	L'analisi della clientela	105
8.3	La propensione all'adozione del nuovo prodotto	107
8.4	I clienti trendsetter	109
8.5	I clienti nel processo innovativo: i lead user	111
8.6	Oltre la clientela attuale	114

9	Il processo innovativo	118
9.1	Processi sequenziali e processi paralleli di sviluppo del nuovo prodotto	118
9.2	Identificazione delle opportunità e generazione delle idee	120
9.3	Il test del concept di prodotto	123
9.4	Ricerca & Sviluppo e design del nuovo prodotto	124
9.5	Prototipazione e industrializzazione	124
9.6	I test del prodotto e del mercato	125
9.7	Il lancio del nuovo prodotto	127
10	Open innovation	128
10.1	Closed innovation e open innovation a confronto	128
10.2	Ragioni e leve dell'open innovation	129
10.3	I differenti tipi di openness	132
11	L'innovazione nel mondo digitale	135
11.1	L'innovazione digitale	135
11.2	Dal mercato alla rete	136
11.3	Il web come piattaforma di innovazione digitale e l'interazione come motore di innovazione	139
11.4	Intelligenza collettiva e crowd innovation	142
	Bibliografia essenziale	149

Online



Mettiti alla prova!