



## Kick-Off Seconda Fase

*Natisoft*

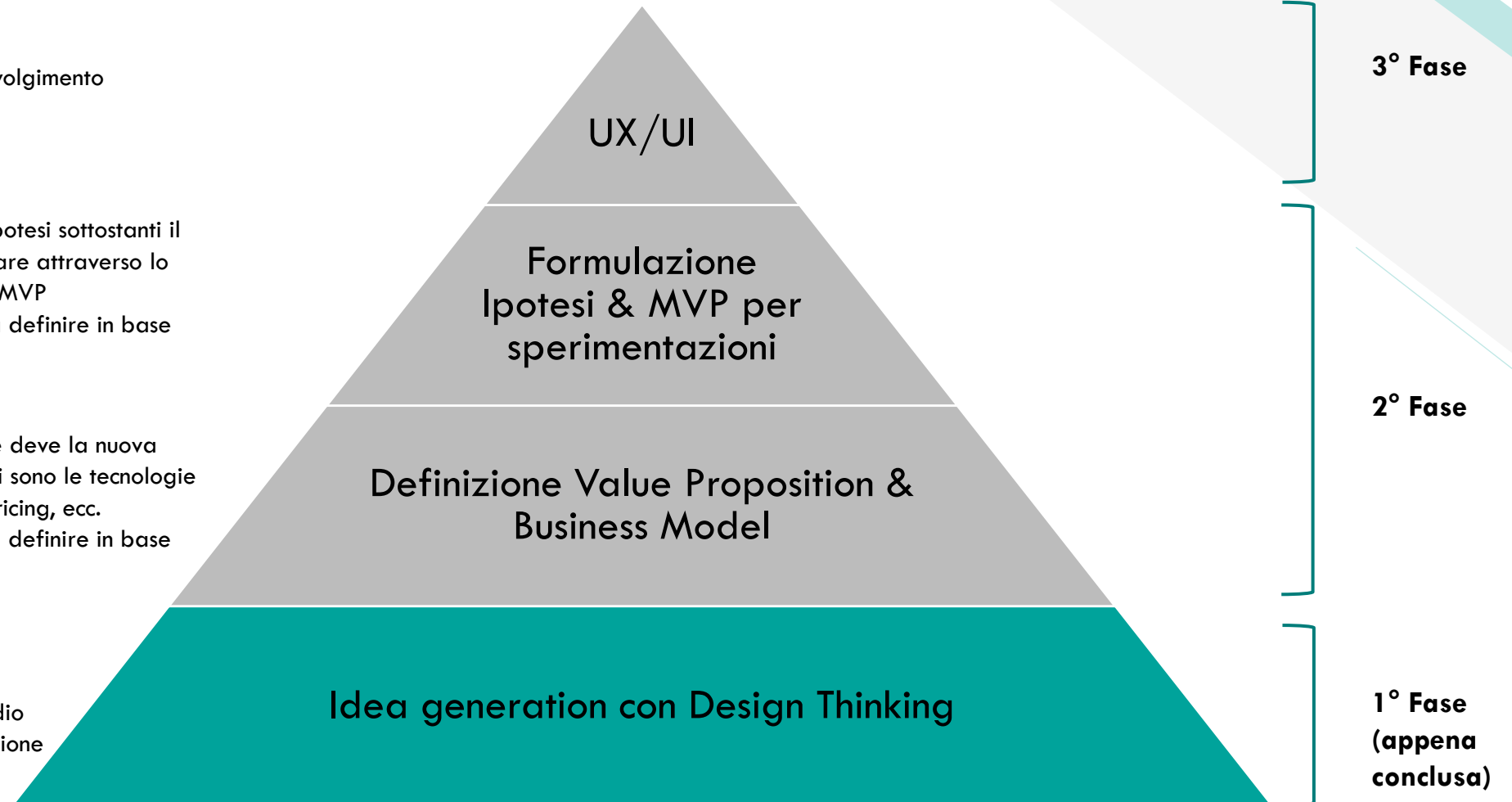


# AGENDA

1. OVERVIEW SUL PROGETTO
2. METODOLOGIA
3. STORYBOARD DELLE KEY INTERACTIONS

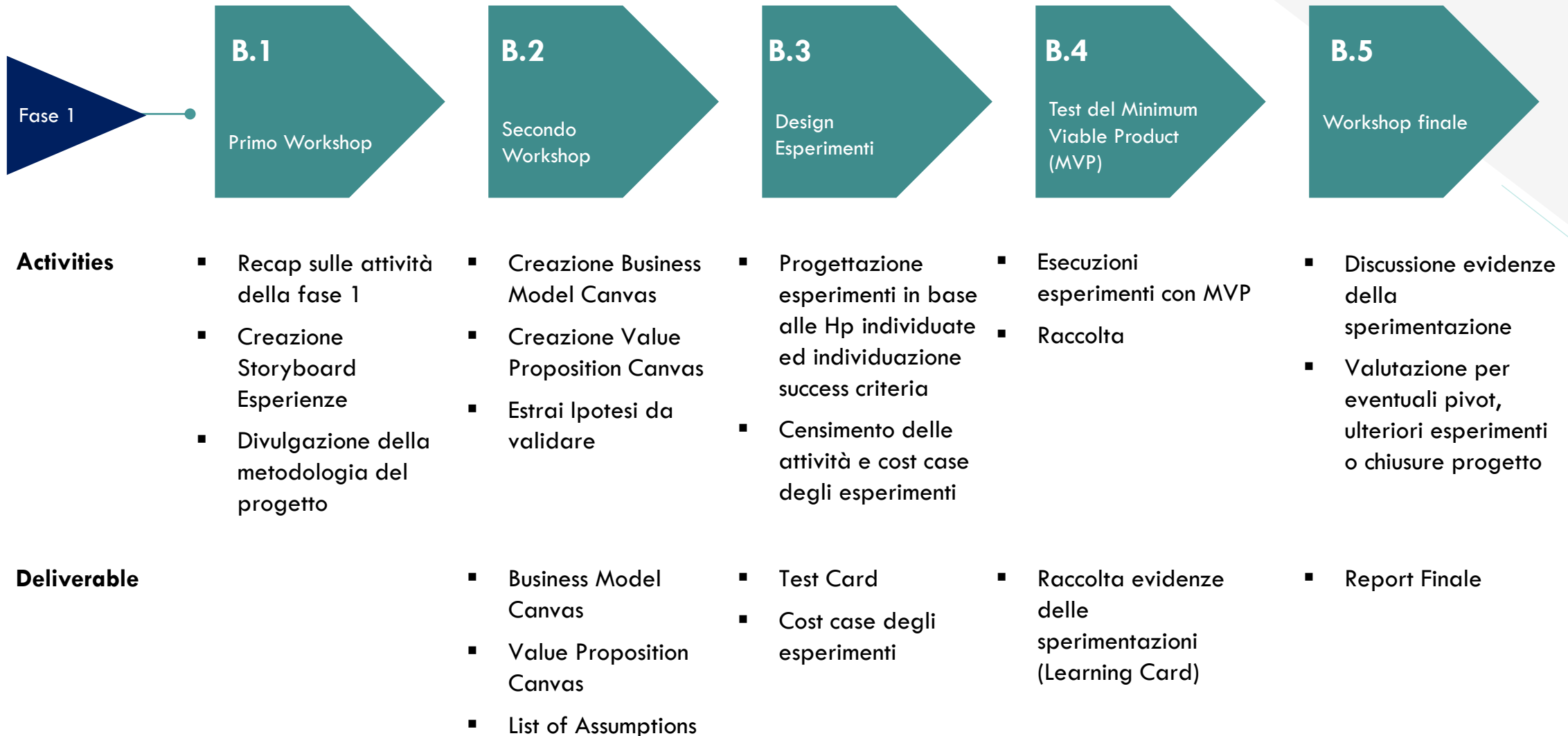
# PERCORSO PROPOSTO

- Sviluppo della soluzione con coinvolgimento dell'area digital di BTO
- **Un workshop** per formulare le ipotesi sottostanti il successo del progetto, e da validare attraverso lo sviluppo e sperimentazione di un MVP
- **Alcune attività di back office** da definire in base all'andamento del progetto
- **Due workshop** per definire come deve la nuova soluzione debba funzionare, quali sono le tecnologie coinvolte, costi di produzione, il pricing, ecc.
- **Alcune attività di back office** da definire in base all'andamento del progetto
- **Due workshop** già svolti per l'individuazione del target, lo studio dello scenario AS-IS e la generazione di idee per la nuova soluzione

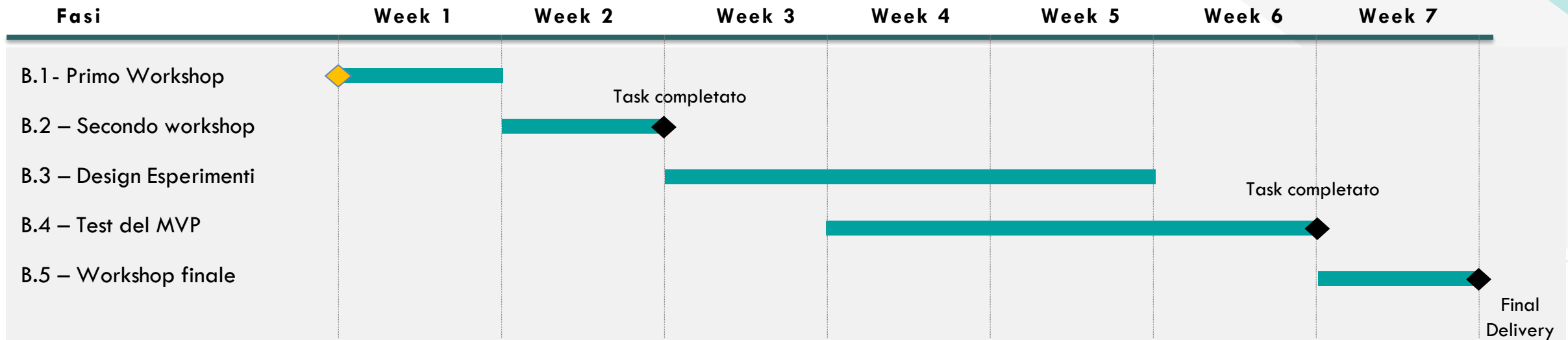


# FOCUS SU SECONDA FASE

## Definizione Value Proposition & Business Model e Formulazione Ipotesi & MVP per sperimentazioni



# GANTT ED ECONOMICS



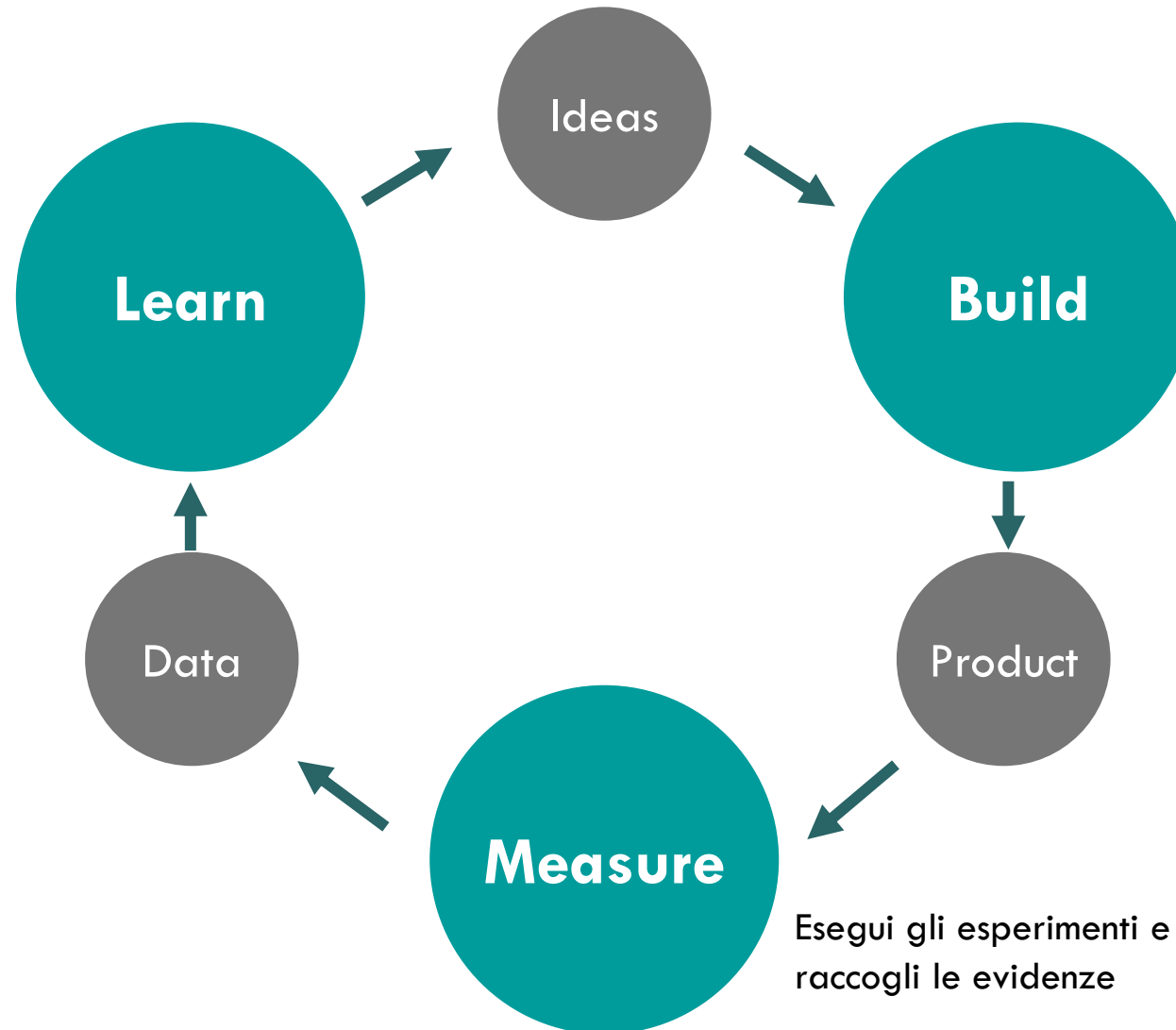
## DELIVERABLES

- Business Model Canvas & Value Proposition Canvas
- 1 Report sui primi due workshop
- Test card
- Cost Case per gli esperimenti
- Learning Card
- 1 Report Finale

# AGENDA

1. OVERVIEW SUL PROGETTO
2. METODOLOGIA
3. STORYBOARD DELLE KEY INTERACTIONS

Analizza i dati raccolti,  
rispondi alle domande che  
ti sei posto e decidi tra  
*pivot* o *persevere*



Sviluppa un MVP e  
testa le ipotesi più  
rischiose

Esegui gli esperimenti e  
raccogli le evidenze

## MVP E IPOTESI




### **MVP** **(Minimum Viable** **Product)**

Contrariamente al Product Development tradizionale, basato su lunghi periodi di incubazione e alla ricerca immediata della perfezione, l'obiettivo di un MVP è quello di iniziare il processo di "learning". Diversamente da un prototipo o un concept test, l'MVP è progettato non solo per rispondere ai dubbi di product design e tecnici. Il suo obiettivo principale è quello di testare le ipotesi di business fondamentali

Le ipotesi vanno generate sugli elementi principali del business model. Inoltre:

- Dovranno essere testabili e tangibili, non astratte
- Vanno individuate e testate per prime le più incerte e rischiose

Formulate le ipotesi, vanno progettati gli esperimenti. Fondamentale in questa fase è la scelta della metrica da misurare. Le evidenze provenienti dagli esperimenti relativamente alle metriche scelte, ci guideranno nella validazione, rifiuto o cambio delle ipotesi.

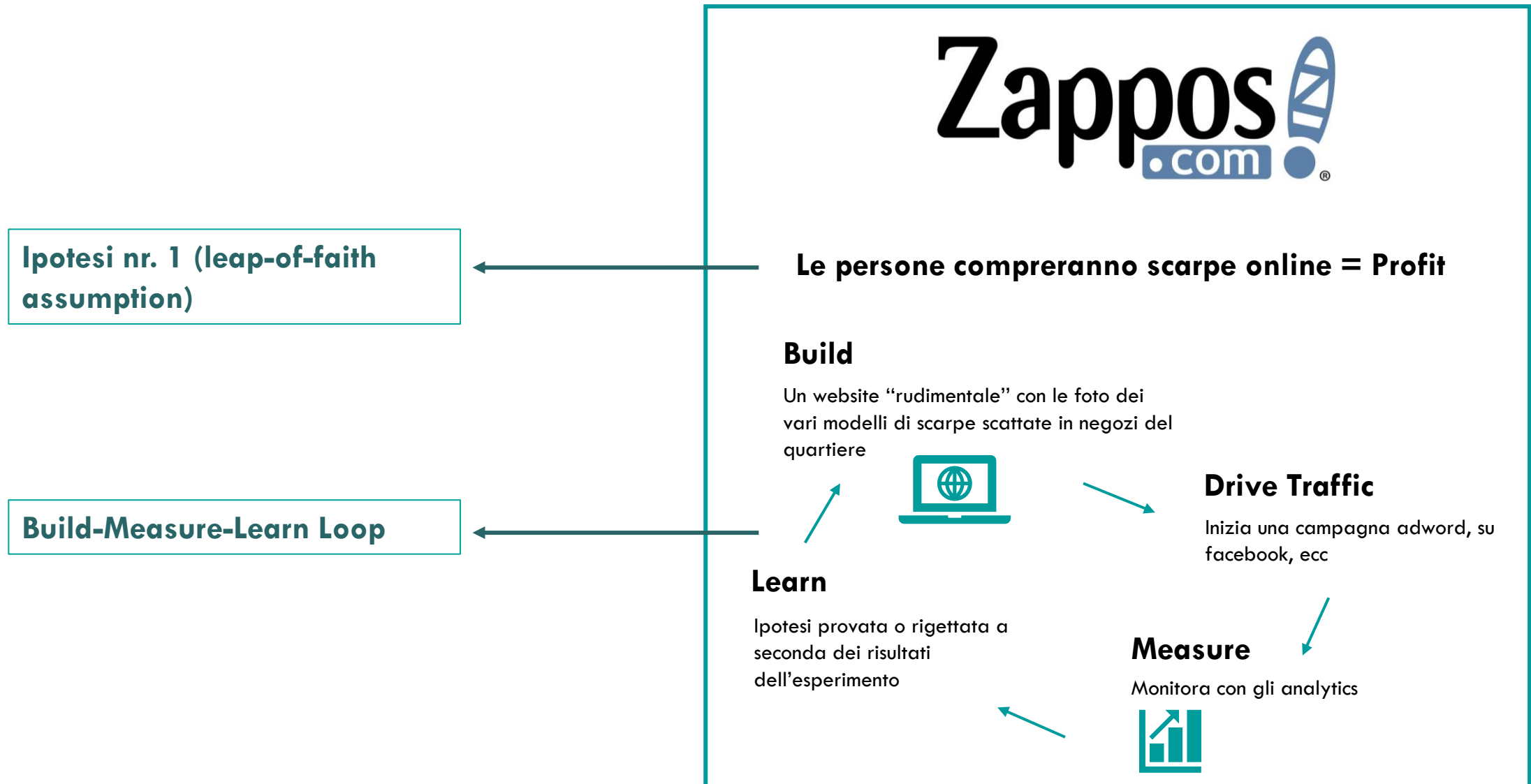


### **Formulazione** **e validazione** **delle ipotesi**





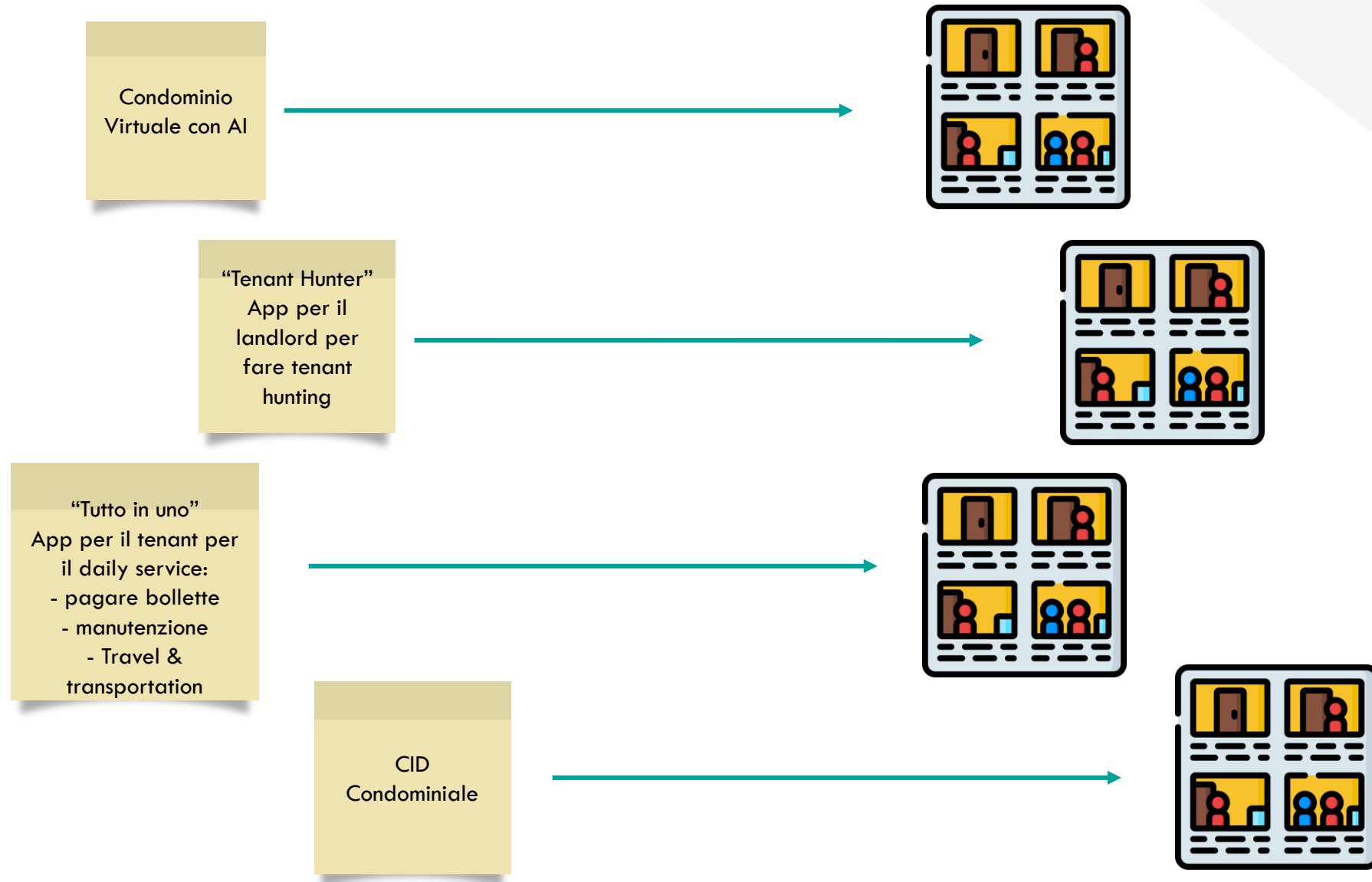
## VALIDAZIONE DELLE IPOTESI: ESEMPIO



# AGENDA

1. OVERVIEW SUL PROGETTO
2. METODOLOGIA
3. STORYBOARD DELLE KEY INTERACTIONS

# LE INTERAZIONI CHIAVE



## STORYBOARD

- <https://www.storyboardthat.com/it/>
- 30 minuti per creare uno (o due) storyboard per team
- Scarica il file creato dalla web app
- Playback con l'intero team





*Let us be your guide toward Digital Reinvention!*

#WeAreBTO

