



**START UP
SCALE UP
SCREW UP**

JURGEN APPELO



“Se c'è una cosa che ho imparato a fare negli ultimi vent'anni è fallire spesso e fallire in piccolo”

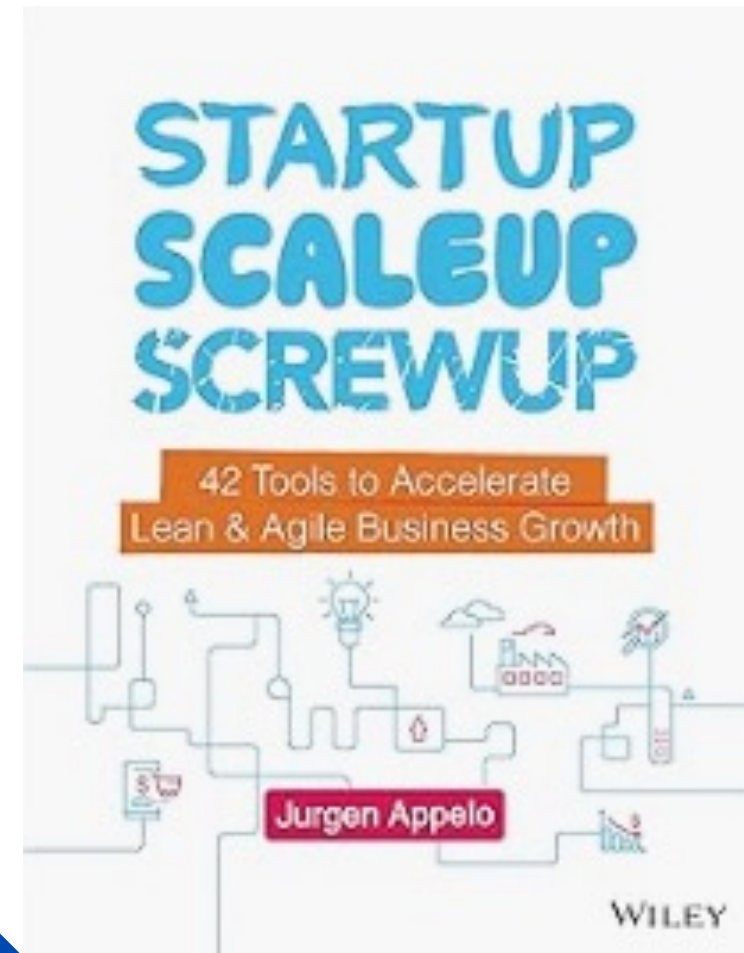
Jurgen Appelo, guru Olandese del lean startup è conosciuto per il suo approccio innovativo alla gestione delle organizzazioni e per aver creato modelli come Management 3.0 e Agile Management, che sono strumenti per aiutare le organizzazioni a migliorare la loro cultura aziendale e incrementare l'efficacia del lavoro di team

STARTUP SCALEUP SCREWUP

01.

STARTUP SCALEUP SCREWUP

"Startup, Scaleup, Screwup" è un libro scritto da Jurgen Appelo, (l'edizione italiana è Partire, Scalare, Fallire) in cui l'autore esplora le fasi dello sviluppo organizzativo e come le aziende possono navigare le transizioni tra queste fasi



STARTUP SCALEUP SCREWUP

02.

STARTUP

- La fase di startup è caratterizzata dalla ricerca di un prodotto che il mercato desidera veramente
- Appelo discute l'importanza dell'innovazione continua e della sperimentazione per trovare quel prodotto o servizio che risponde a un bisogno reale del mercato
- Viene sottolineata l'importanza di costruire una cultura aziendale che supporti la creatività, l'apprendimento rapido e l'adattamento.

STARTUP SCALEUP SCREWUP

03.



STRUMENTI PER STARTUP

1. Value Proposition Canvas
2. Lean Canvas
3. Experiment Board
4. Vision Board
5. Impact Mapping
6. Customer Journey Mapping
7. Pirate Metrics (AARRR)
8. Innovation Vortex
9. Persona Development
10. Problem/Solution Fit Testing

Business Model Canvas

Partner chiave chi sono i nostri partner chiave? chi sono i fornitori chiave? quali risorse chiave stiamo acquistando dai partner? Quali attività chiave svolgono i partner?	Attività chiave Quali sono le attività necessarie per creare valore? quali canali di distribuzione? Quali relazioni con i clienti?	Valore offerto Che valore creiamo per i clienti? Che problema risolviamo? che pacchetto prodotti o servizi stiamo offrendo ai clienti? Quali bisogni stiamo soddisfacendo?	Relazione con i clienti Che relazione abbiamo con i clienti? Come sono integrati nel business model? quanto costano?	Segmenti di clientela chi sono i clienti? quali problemi, benefici obiettivi hanno?
	Risorse chiave Quali sono le risorse necessarie per creare valore? quali canali di distribuzione? Quali relazioni con i clienti?	Canali Attraverso quali canali vogliono essere raggiunti i clienti? Come sono integrati i canali? Quali funzionano meglio? Quali sono più efficienti?		
Struttura dei costi Quali sono i costi più importanti? Quali risorse sono più costose? Quali attività chiave sono più costose?		Flussi di ricavi Per quale valore i nostri clienti vogliono pagare? In che modo pagano? come preferirebbero pagare? Quanto contribuisce ogni flusso di ricavi?		

Lean Canvas

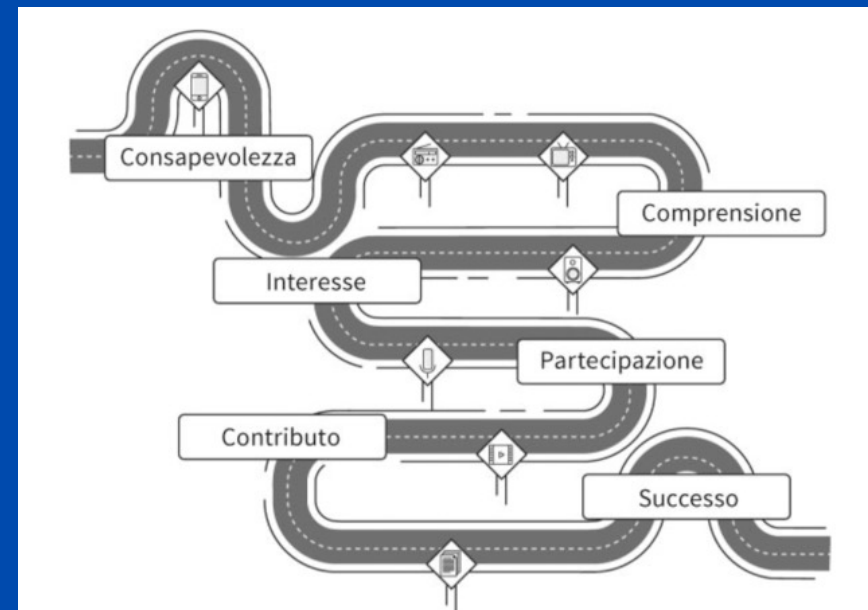
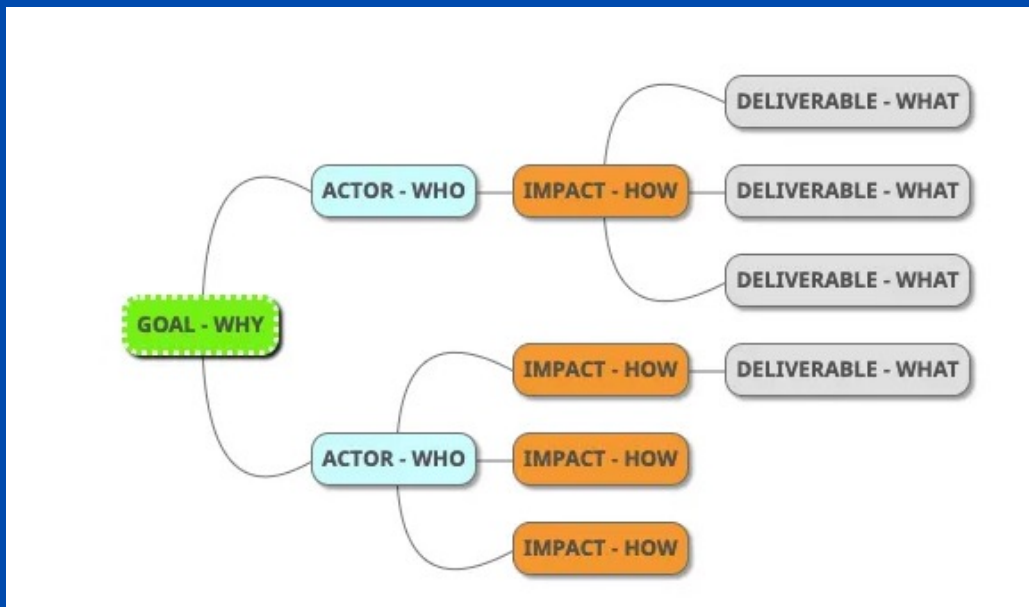
Problema	Soluzione	Unique Value Proposition	Vantaggio Competitivo	Segmenti di Clientela
	Metriche Chiave		Canali	
Struttura dei Costi		Flussi di Ricavi		

Shiftup Business Quilt

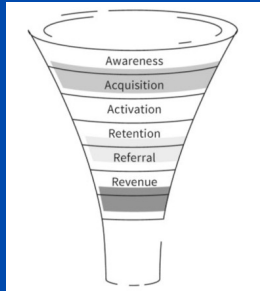


impact mapping

Customer Journey mapping



Pirate Metrics



Acquisition

Si riferisce al processo di attirare visitatori al sito o ai prodotti dell'azienda.

Le metriche in questa fase includono il numero di visitatori unici, il costo per acquisizione cliente (CPA), e le sorgenti di traffico

Activation

L'obiettivo è convincere i visitatori a compiere una qualche azione significativa che dimostri un primo livello di impegno con il prodotto o servizio, come ad esempio iscriversi a una newsletter, scaricare un white paper, o utilizzare una versione demo del prodotto.

Le metriche chiave sono il tasso di conversione delle attivazioni e il tempo medio per l'attivazione.



Retention

Questa fase riguarda il mantenere i clienti attivi e coinvolti dopo la loro prima esperienza significativa con il prodotto o servizio.

Le metriche importanti includono il tasso di ritorno degli utenti, la frequenza di utilizzo del prodotto, e il tempo medio tra le visite.

Revenue

L'obiettivo è generare entrate dai clienti. Le metriche di questa fase includono il tempo medio al primo acquisto, il valore medio di transazione, e il valore a vita del cliente (LTV).

Referral

In questa fase, l'azienda cerca di ottenere che i clienti attuali riferiscano il prodotto o servizio ad altri potenziali clienti. Le metriche chiave possono includere il numero di riferimenti per cliente esistente e il tasso di conversione dei riferimenti

Innovation Vortex

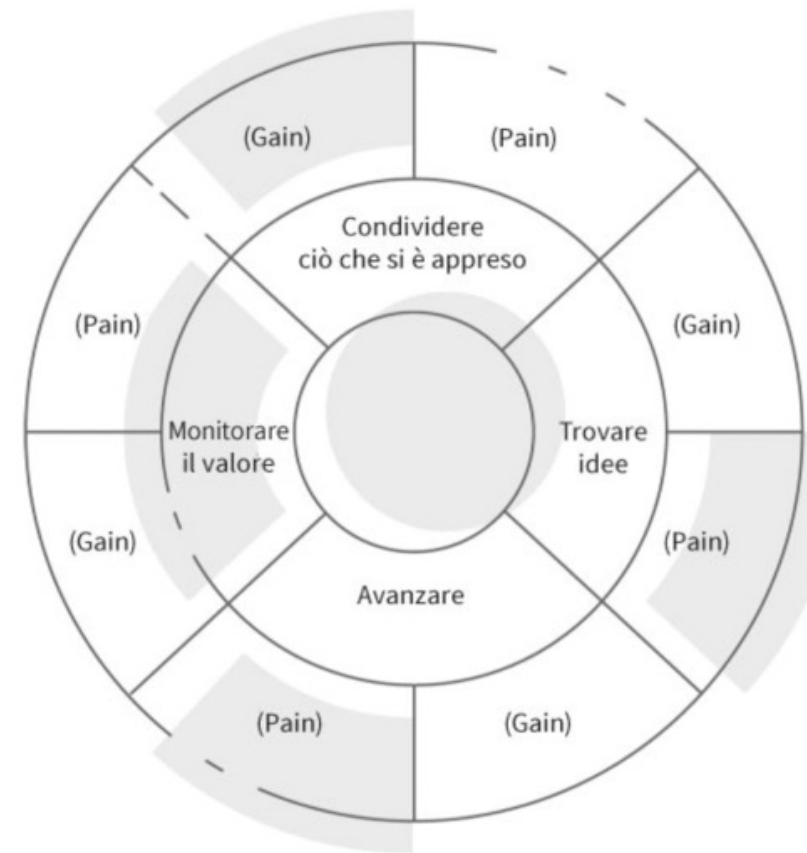
Il Modello per gestire e sviluppare l'innovazione continua

Può essere applicato in contesti come:

- Sviluppo di Nuovi Prodotti.
- Miglioramento dei Processi
- Innovazione Tecnologica



Value proposition Wheel

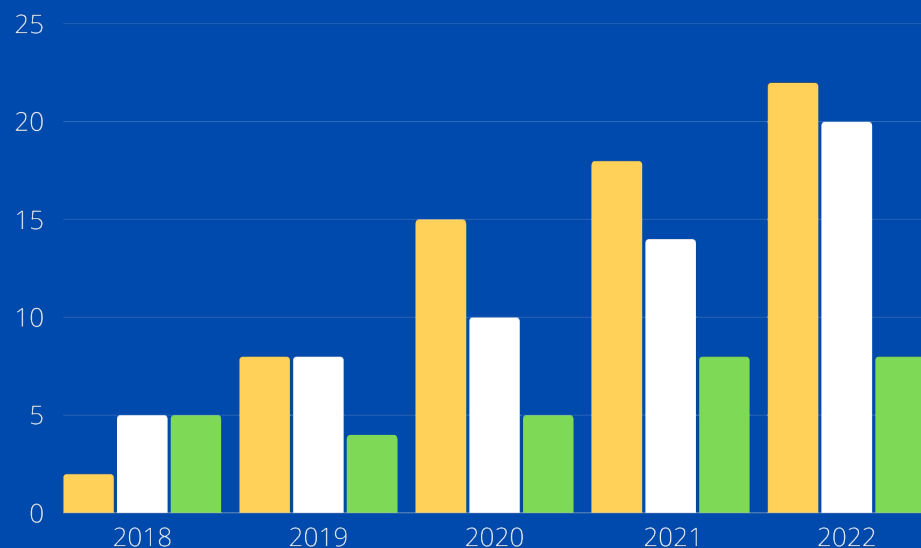


SCALEUP

Crescita e Scalabilità:

Una volta che il prodotto ha trovato il suo mercato, la sfida si sposta sulla scalabilità.

Questo include non solo l'espansione della base di clienti, ma anche la costruzione di processi interni che possono supportare una crescita rapida senza perdere efficacia.



STARTUP SCALEUP SCREWUP

10.

STRUMENTI PER SCALEUP



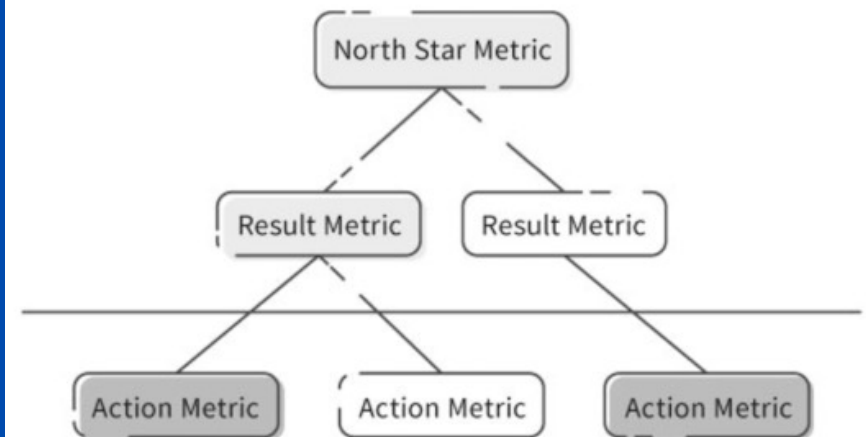
11. OKRs (Objectives and Key Results)
12. North Star Metric
13. Scaling Lean
14. Platform Design Toolkit
15. Two-Speed IT Architecture
16. Internal Crowdfunding
17. Skills Liquidity Matrix
18. Feature Injection
19. Roadmapping
20. Growth Board

STARTUP SCALEUP SCREWUP

11.

North Star Metric

Un principio guida che riflette la missione e la visione dell'azienda.



Skills Liquidity Matrix

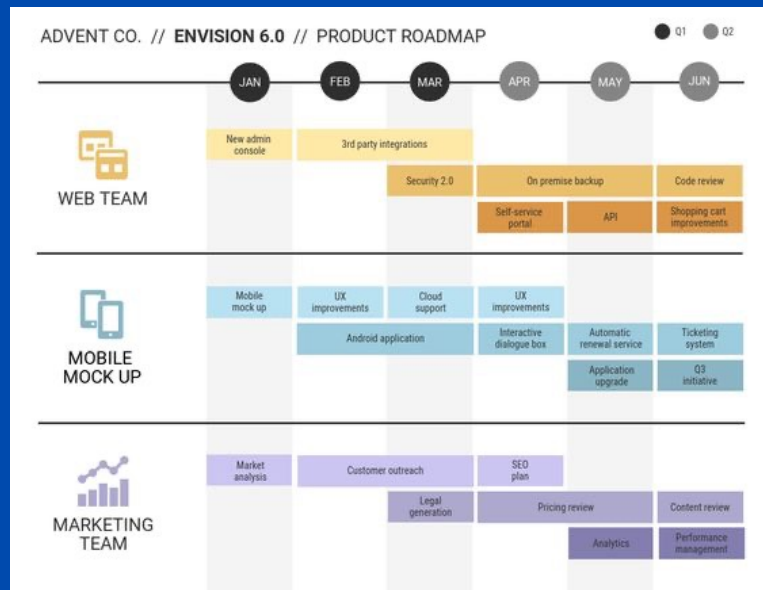
Competency	Level of Competency Mastery				
	Basic	Intermediate	Advanced	Proficient	Expert
Time management	Can manage own time	Can manage own and others' time	Can manage own, others' and team's time	Can optimize team's time	Can optimize organization's time
Problem-solving	Can solve routine problems	Can solve non-routine problems	Can facilitate the solving of complex problems	Can identify patterns and trends in problems	Can anticipate and prevent problems
Communication	Can communicate effectively	Can communicate persuasively	Can communicate with impact	Can communicate to large groups	Can communicate to diverse audiences

Le competenze in azione

Recruitment funnel



Product Roadmap



Un processo strategico utilizzato per pianificare lo sviluppo di prodotti, tecnologie o progetti nel tempo

STARTUP SCALEUP SCREWUP

15.

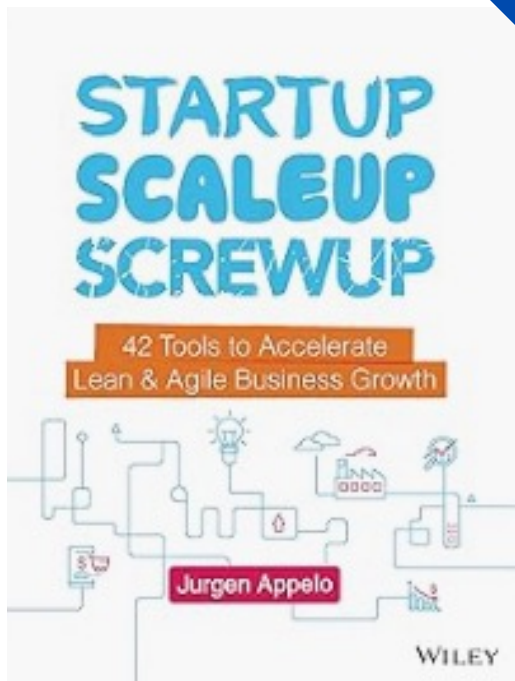
SCREWUP

Fallimenti e Apprendimenti: Questa sezione del libro si concentra sui fallimenti che spesso accompagnano le fasi di startup e di scalabilità.

Appelo mette in luce come il fallimento possa essere una fonte preziosa di apprendimento.

Resilienza e Ripresa: Viene esplorato come le organizzazioni possono usare i fallimenti per diventare più resilienti, adattandosi e migliorando continuamente.

L'autore enfatizza l'importanza di una cultura che non solo tollera il fallimento, ma lo vede come un'opportunità di crescita.



STRUMENTI PER SCREWUP

21. Failure Bow
22. Blameless Postmortem
23. Antifragility Engineering
24. Safe-to-Fail Probes
25. Resilience Engineering
26. Stress Testing
27. Recovery Planning
28. Pivot or Persevere Meetings
29. Retrospectives
30. Learning Reviews



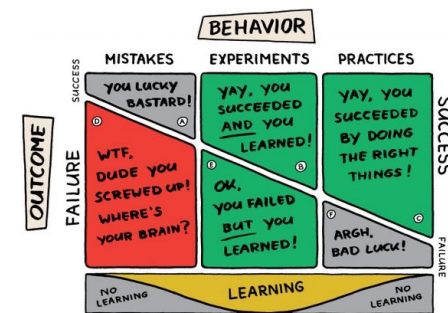
STRUMENTI TRASVERSALI

- 31. Personal Maps
- 32. Delegation Poker
- 33. Moving Motivators
- 34. Celebration Grid
- 35. Feedback Wrap
- 36. Salary Formula
- 37. Competency Matrix
- 38. Corporate Huddles
- 39. Management 3.0 Workouts
- 40. Kudo Cards
- 41. Change Management Game
- 42. Happiness Door

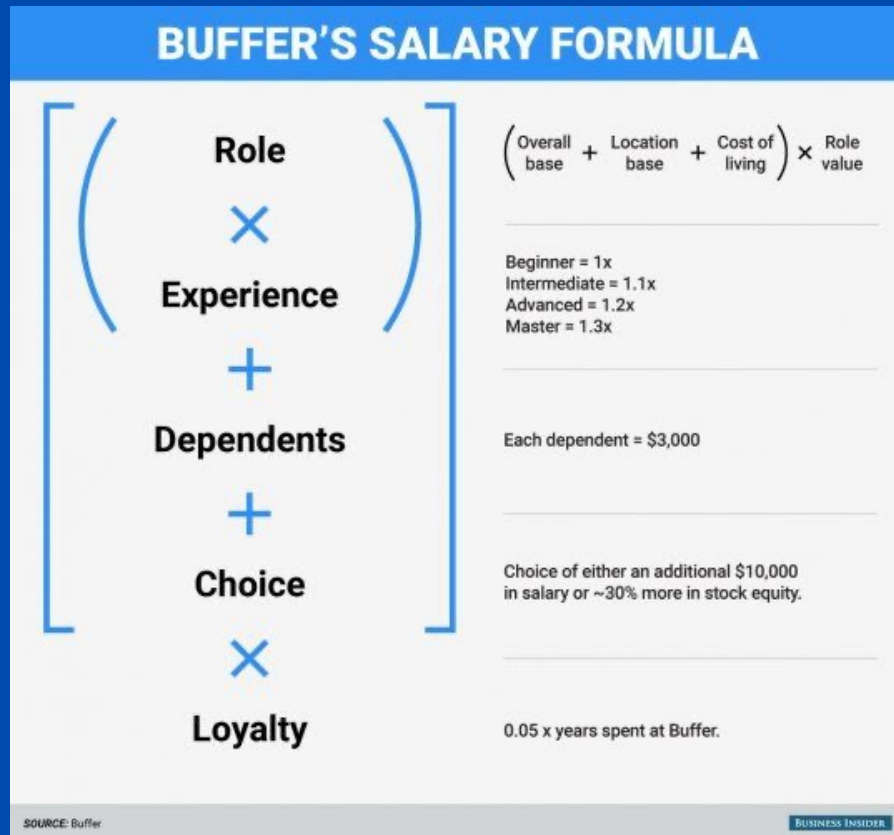
Moving Motivators



Celebration Grid



Salary Formula



Per determinare la retribuzione o il salario di un dipendente in base a

1. Livello di esperienza ed educazione
2. Ruolo e responsabilità
3. Performance individuale
4. Condizioni di mercato
5. Politiche aziendali

Competency Matrix

Strumento utilizzato nelle organizzazioni per valutare e tracciare le competenze dei dipendenti rispetto ai requisiti del lavoro o agli obiettivi dell'organizzazione.

Garantisce che tutti i dipendenti abbiano le competenze necessarie per raggiungere gli obiettivi dell'azienda

PROFILO DI COMPETENZE						
Direzione						
Conoscenze		1	2	3	4	5
(conoscenze di gestione					
(capacità di marketing e commerciali					
(capacità di gestione delle risorse umane					
(capacità amministrative e finanziarie					
(conoscenza della normativa fiscale					
(conoscenza del sistema di gestione della qualità					
(conoscenza della lingua inglese					
(conoscenza della catalogazione informatizzata					
(Conoscenza dei sistemi di programmazione e controllo					
(Conoscenza pacchetto office					
(Conoscenza internet e sistemi informativi					
(Conoscenza di organizzazione aziendale					
Saper fare		1	2	3	4	5
(Creare e gestire relazioni commerciali con il cliente					
(definire il budget					
(gestire riunioni di lavoro					
(definire gli obiettivi e le strategie aziendali					
(gestire un progetto					
(riesaminare il sistema di gestione della qualità					
(definire il piano marketing					
(saper creare un clima di lavoro positivo					
(coordinare il lavoro del personale					
(Sapersi relazionare con i fornitori					
(Saper valutare le prestazioni dei collaboratori					
Soft Skills		1	2	3	4	5
	Decisionale					
	Di relazione					
	Autorevole					
	Collaborativo					
	Orientato alla risoluzione dei problemi					
Fabbisogni formativi						

Kudo Cards



Le "Kudo Cards" sono una pratica di riconoscimento e apprezzamento utilizzata all'interno dei team e delle organizzazioni per celebrare i successi, riconoscere il lavoro di qualità e promuovere un clima positivo e collaborativo.



THANK YOU