

Red Hat
Summit

Connect

Dalla strategia al mercato:
contratti agili e design per il go-to-market
con l'**open source**

Massimo Azzolini

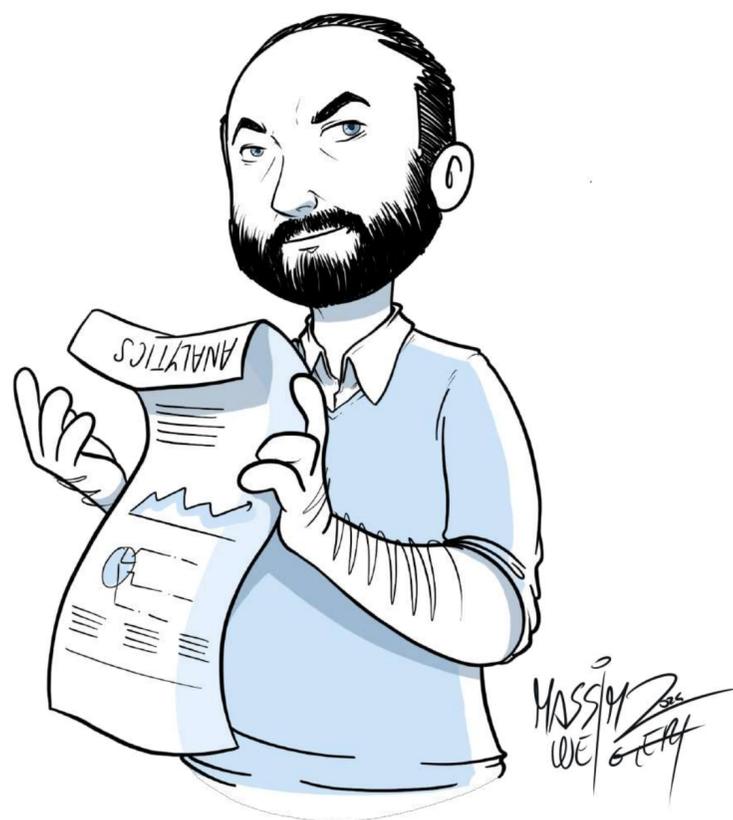
Giallocobalto

Stefano Marchetti

RedTurtle

Milano, 19 Novembre 2024





Massimo Azzolini

Experience & Service Designer

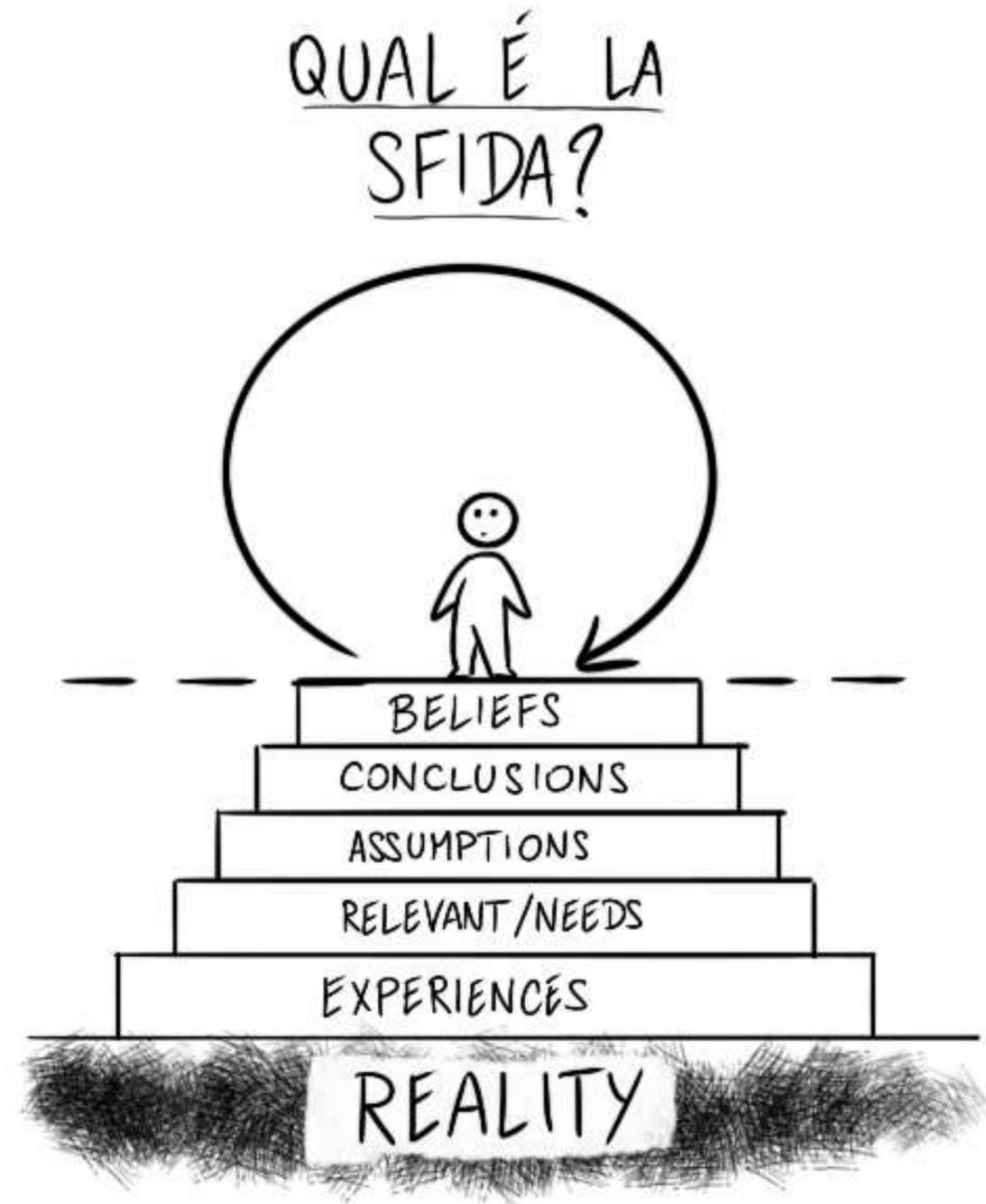
Founder di Giallocobalto



Siamo uno studio
di **progettazione** e **consulenza strategica**.

Progettiamo servizi, processi e strategie che abilitano
le aziende ad innovare, creando valore per le persone,
per l'organizzazione e per il business.

Ho un'idea di **servizio** **digitale**

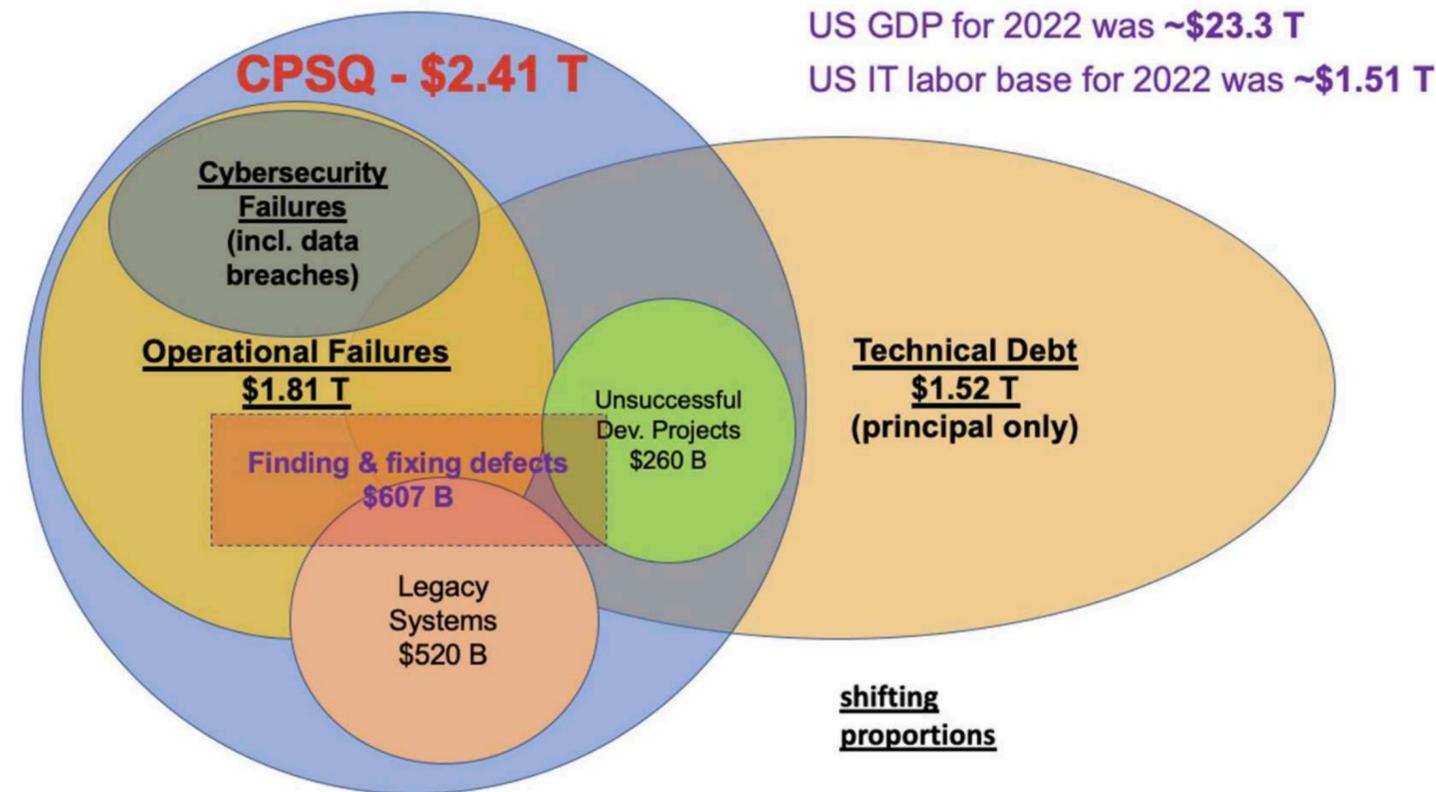


Andrà tutto bene?



Italian Agile Days 2024
~ Simone Colucci

Cost of Poor Software Quality in US in 2022



fonte: Consortium for Information and Software Quality

<https://www.it-cisq.org/the-cost-of-poor-quality-software-in-the-us-a-2022-report/>

Italian Agile Days 2024

~ Susanna Ferrario, Gabriele Giaccari

3.930.000.000.000\$

Italian Agile Days 2024
~ Susanna Ferrario, Gabriele Giaccari

Da qui il tragitto sembra molto
complesso...



POV: GUARDARE AL FUTURO

NOI

IL CLIENTE



Futurespective

e definizione degli obiettivi

Osserviamo l'idea di progetto
dalla prospettiva futura e
analizziamo quali sono i **successi ottenuti**.



Con quali **strumenti?**



STRENGTHS

WEAKNESSES

OPPORTUNITIES

THREATS

VANTAGGI RISPETTO AI CONCORRENTI (S)

COSA APPREZZAMO I CLIENTI (S)

PERSONE O RISORSE CHIAVE (S)

È CLOUD WEB BASED

SIAMO MOLTO COMPETENTI SUVA LEGIONELLA: AUTOREVOLEZZA, FIDUCIA, ...

UX/UI DIGITALE EVOLUTA E PROFESSIONALE

FACILE DA USARE, NON SERIE FORMAZIONE

PUOI PROPRIARLO AD UN PREZZO BASSO → ACCESSIBILE AGH ENTRY LEVEL (FBC)

OFFRIAMO SERVIZI CON UNICO FORNITORE E INTERVENIAMO VELOCEMENTE S. I PROBLEMI

IL SW FA IL GIUDIZIO SUIA STRUTTURA PER TE → COMPETENZA + VELOCITÀ

IL SW NON PERMETTE ERRORI → LA DOCUMENTAZIONE NON PUÒ ESSERE >BAGUATA

MULTISTRUTTURA PER SINGOLO CLIENTE

COSA POSSO FARE I COMPETITOR CHE NOI NON POSSIAMO? (S)

È MOLTO ORIENTATO ALL' ASPETTO MANUTENTIVO

FA TANTE COSE, A METÀ TRA L.C. E UN GESTORE PROGETTI

HA IL QR CODE PER I RUBRI NETTI

HANNO GIÀ IL LOGBOOK (NOI NO)

ALCUNI SONO WEB BASED

MOLTO PRESENTI NELLE FIERE, FINESTRE FORTE

EVISANE

ALTRI...

BWMATICA

COSA SI PUÒ MIGLIORARE (W)

COSA MANCA (C.B., RISORSE, ...) (W)

CAUSE DI VENDITA PERSA (W)

L'ALGORITMO OGGETTIVA IL GIUDIZIO → INDIPENDENTE DALLE VANTAGGI OUI PERSONALI

SUI WPD ESTERNALIZZATO CON CATENA DI PASSAGGI CHE GENERA LENTEZZA

LA CATENA DI RISOZIONE BUG È LUNGA → NON SIAMO SUI WPPTORI

ASSISTENZA AL SISTEMA → NON ESISTE, TUTTO DA COSTRUIRE

PREZZO FINALE + ALTO NEL COMPETITOR SENZA EVIDENTE VALORE AGGIUNTO

IL PRODOTTO È NUOVO E NON LO CONOSCONO

QUALI SONO LE DEBOLEZZE PERCIPITE DAI CLIENTI SUI COMPETITOR? (W)

SEMBRANO PIÙ UNA WEB AGENCY CHE UNA SOCIETÀ DI LEGALERIA

NON HANNO INVESTITO MOLTO SUI CANALI DIGITALI (MARKETING) IN QUESTI ANNI

UX/UI SCARSE O BASICHE

NON SI RIVOLGONO AI CLIENTI FINALI MA SI SU ASPP

NON È CLOUD E NON GIÀ SU MAC

NON SONO FOCALIZZATI SU LEGALERIA

OPPORTUNITÀ DI CRESCITA BASATI SU PUNTI DI FORZA (O)

QUALI TREND POSITIVI POSSIAMO SFRUTTARE (O)

NUOVE NICCHIE DI MERCATO (O)

SIAMO LAVORANDO CON L'UNIVERSITÀ PER BIO-SENSEI SUL CONTROLLO

AVERE SW SCALABILE PER PICCOLI / GRANDI CLIENTI → SOLO CONTROLLO VS. ASPETTI MANUTENTIVI

AVERE EXTRA-FEATURE ATTIVABILI COME ADD-ON A PAGAMENTO

IL SOFTWARE SI COMPARTA DA CRM: ESTRAZIONI, AZIONI, STORICO

SCADENZE VISIBILI E REMINDER

UN PULSANTE PER IL CLIENTE CHE RICHIEDE DI PRO GRATTARE LE ANALISI LEGIONELLA

AVERE UN RISK MANAGER DUTTO SEMPLICE DA DARE COME OPZIONE AGGIUNTA

MANDARE ALERT E NOTIFICHE DEGLI INTERVENTI DI MANUTEN. AL RESPONS. REG. E AL FORNITORE CHE POSSONO INTERVENIRE

UN SISTEMA AUTOMATICO DI RECALLING (COME IL TAGLIANDOINO DI FIAT O IL DENTISTA)

VENI DI F... PER ESPERTI CERTIFICATI DI LEGIONELLA → ABBINARE LEGALERIA CLOUD

I COMPETITOR SONO + CAPACI DI NOI DI DOGGIERE LE OPPORTUNITÀ? (O)

COME SI RIVOLGONO AI CLIENTI? (MESSAGGIO) (O)

SI RIVOLGONO AI "FIRETEK" PER SEMPLIFICARE IL LAVORO → SI FANNO COME FORNITORI NOSTRI

SONO + RAPIDI A SISTEMARE I BUG DEL SOFTWARE E DI EDUVERLO

HANNO IL TARGET CHE NOI VORREMO PER LEGIONELLA CLOUD

OSTACOLI DAL MERCATO E DAI COMPETITOR (T)

TREND NEGATIVI CHE POSSONO LANNEGGIARCI (T)

COME POSSO CAMBIARE SU INTERESSI DEI CLIENTI (T)

QUESTO È IL PAESE IN CUI NON SI FA PREVENZIONE → SI INTERVIENE QUANDO C'È IL PROBLEMA

LA PERCEZIONE DELLA PERICOLOSITÀ È ANCORA NEBULOSA → C'È POCA CONOSCENZA

I GRANDI HANNO GIÀ SW VERTICALE SULLE MANUTEN. → NON VEDONO IL REGISTRO DA NOI

DOBBIAMO EVITARE L'EFFETTO "PAGO A MESE E POI MI DIMISERO"

MANCA CONSA PENDEZZA DELLA OBBLIGATORIETÀ

ESISTONO I DVR "GRAB - INCOLLA"

IL CLIENTE NON INTERVIENE A VALLE NELL'ASSESSMENT → CI DÀ LA COLPA

MI DICONO "ME LO FACCO IN CASA"

CRESCONO + DI NOI? (T)

SONO PIÙ INNOVATIVI? (T)

SI MUOVONO IN I NUOVI MERCATI? (T)

LATO SOFTWARE CRESCONO + IN FRETTA

NEL TEMPO AUMENTERANNO I COMPETITOR

SWOT Analysis

LEGIONEUA GAMB
==
FIROTEK

KEY PARTNERS

OUTLIERS

CHI SVILUPPA IL SOFTWARE

KEY ACTIVITIES

AGGIORNAMENTO SW E BUGFIX

INVIARE NEWSLETTER ALLA LISTA CLIENTI

VALUE PROPOSITION

IL SW NON PERMETTE ERRORI → LA DOCUMENTAZIONE NON PUÒ MAI ESSERE SBAGLIATA

IL SW FA PER TE IL GIUDIZIO SULLA STRUTTURA, È + VELOCE

POSSIAMO DIRE CHE LA PREVENZIONE CON LEGIONEUA CLOUD TI EVITA L'USO DI PROCEDIMENTO

NOI TI VENDIAMO UN'ASSICURAZIONE SULLA SICUREZZA

ACCESSO ALLA PIATTAFORMA DI E-LEARNING A PAGAMENTO

SE SEGUI I N.S. CORSI SEI "CERTIFICATO" (SCABE) A-

LEGIONEUA ZERO È GIÀ AFFERMATO (MKTG)

DVR ATTIVITÀ COMMERCIALE

METTERE LEGIONEUA CLOUD DENTRO LEGIONEUA ZERO

INTERENTI PROGRAMMABILI

RICERCA DI CONTATTI

CUSTOMER SEGMENTS

(CLIENTE CON RSPP)



KEY RESOURCES

SALES KIT (MATERIALE MKTG)

UNO SVILUPPATORE PER LA MANUTENZIONE ORDINARIA

SITO WEB (DA FARE)

LISTA CLIENTI DEL CRTI FIROTEK

ASSISTENZA CLIENTI (UNA B)

HAI UN SOLO INTERLOCUTORE PER IL SERVIZIO → NON SPARTITO IN PIÙ FORNITORI

QUANDO FACCIAMO IL SERVIZIO VEDIAMO SUL TIPO E PERCESSIONE IL VALORE

HAI UNO STRUMENTO CHE TI AIUTA NELLA GESTIONE DEL RISCHIO LEGIONEUA

SERVE SEMPRE IL DVR STAMPATO?

TOGLIERE LA POSSIBILITÀ DI STAMPARE È UN FRENO ALLA DISTRIBUZIONE?

L'ASL PERÒ TI PUÒ CHIEDERE L'INIZIO DEL DOCUMENTO VIA PEC

CHANNELS

250 RICHIESTE PER "DVR LEGIONEUA" E AFFINI

80€ IL COSTO DI ACQUISIZIONE DEL SINGOLO CLIENTE

INSIDE SALES (UNA B CHE STA DENTRO)

HA SEGUITO I WEBINAR (EVENTI, FIERE)

REVENUE

DARE IL SW AD USO GRATUITO SE FAI IL CONTRATTO DI SERVIZI

ALCUNI SERVIZI INDICANO MANUTENZIONI NEL REGISTRO LI FACCIAMO NOI

OGGI ABBIAMO CONTRATTI PURAMENTE CON CLIENTI CHE SEGUONO SU TUTTO

QUALE COSTO DI LICENZA PER IL SW?

È GRATIS L'ACCESSO CON USER / PASSWORD AL SOFTWARE

REGALO L'ACCESSO A UNA SOLA UTENTE (02,05...) E PAGHI QUELLE AGGIUNTIVE

LEGIONEUA SHOP (MATERIALE, KIT, ...)

LEGIONEUA "MANAGER" → IL LOGBOOK (SI PAGA)

FINO A N STRUTTURE È GRATIS, POI PAGHI

N° DI DVR CHE PUOI FARE (LEGATO AL N. DI STRUTTURE)

IL MODULO DI E-LEARNING

QUANTE REVISIONI DEL DVR INCLUSE? N GRATIS POI PAGHI

HOSTING & CO.

QUANTO COSTEREBBE UNA RIFORMA FISSA A FARE ASSISTENZA AI CLIENTI?

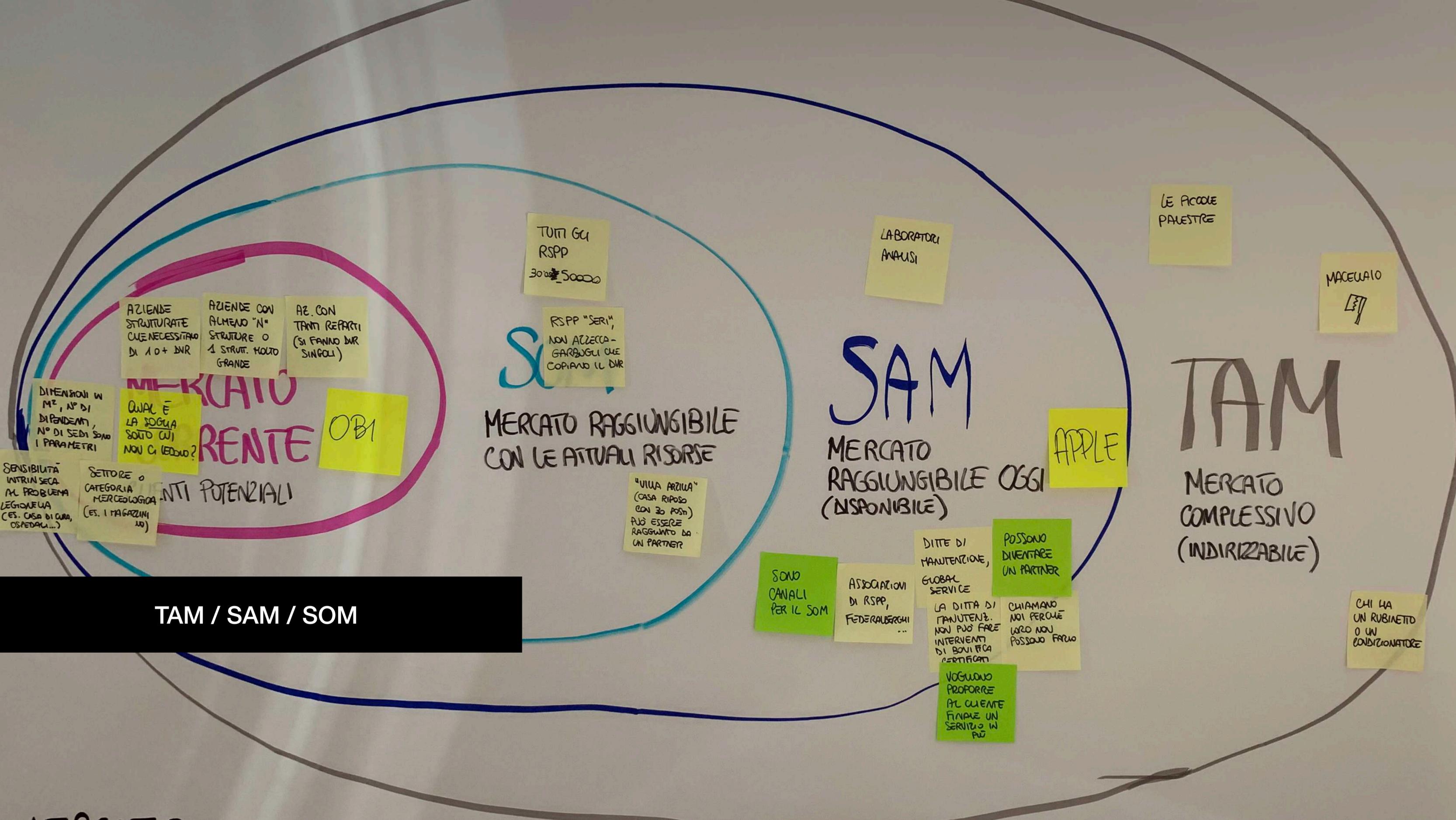
COSTO DELLO SVILUPPATORE INTERNO

COSTO INIZIALE

LE FATTURE DI RESTITUIRE

UN UGO? UN COMMERCIALE? UN HDG?

Business Model Canvas



AZIENDE STRUTTURATE CHE NECESSITANO DI 10+ DIR

AZIENDE CON ALMENO "N" STRUTTURE O 1 STRUTT. MOLTO GRANDE

AZ. CON TANTI REPARTI (SI FANNO DIR SINGOLI)

TUTTI GLI RSPP
30000-50000

RSPP "SERI", NON AZZECCA-GARBUGLI CHE COPIANO IL DIR

LABORATORI ANALISI

LE PICCOLE PALESTRE

MACEUATO

DIMENSIONI IN M², N° DI DIPENDENTI, N° DI SEDEI SONO I PARAMETRI

QUAL È LA SOGLIA SOTTO CUI NON CI LEGGONO?

MERCATO POTENZIALI

OBI

MERCATO RAGGIUNGIBILE CON LE ATTUALI RISORSE

"VILLA ARZUVA" (CASA RIPOSO CON 30 POSTI) PUÒ ESSERE RAGGIUNTO DA UN PARTNER

SAM
MERCATO RAGGIUNGIBILE OGGI (NSPONIBILE)

APPLE

TAM
MERCATO COMPLESSIVO (INDIRIZZABILE)

CHI HA UN RUBINETTO O UN CONDIZIONATORE

SENSIBILITÀ INTRINSECA AL PROBLEMA LEGIONELLA (ES. CASA DI CURA, OSPEDALI...)

SETTORE o CATEGORIA MERCATOLOGICA (ES. I MAGAZZINI 10)

POTENZIALI

DITTE DI MANUTENZIONE, GLOBAL SERVICE

POSSONO DIVENTARE UN PARTNER

SONO CANALI PER IL SOM

ASSOCIAZIONI DI RSPP, FEDERALBERGHI ...

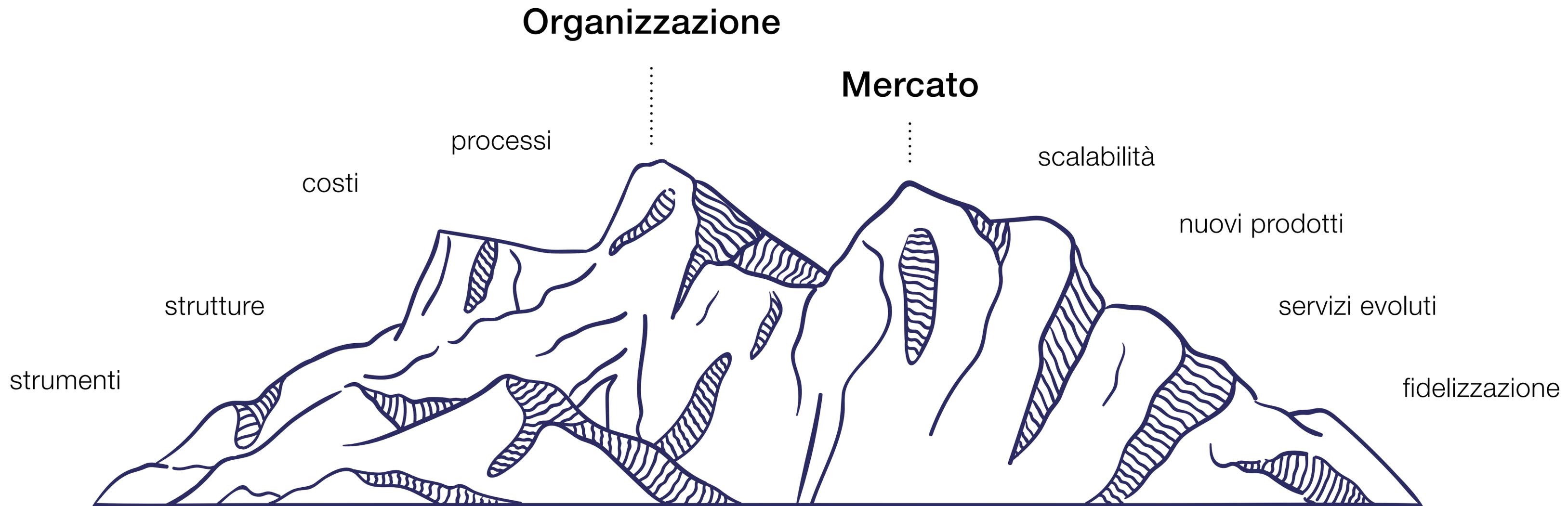
LA DITTA DI MANUTENZ. NON PUÒ FARE INTERVENTI DI BONIFICA CERTIFICATI

CHIAMANO NOI PERCHÉ LORO NON POSSONO FARLO

VOGLIANO PROPORRE AL CLIENTE FINIRE UN SERVIZIO IN PIÙ

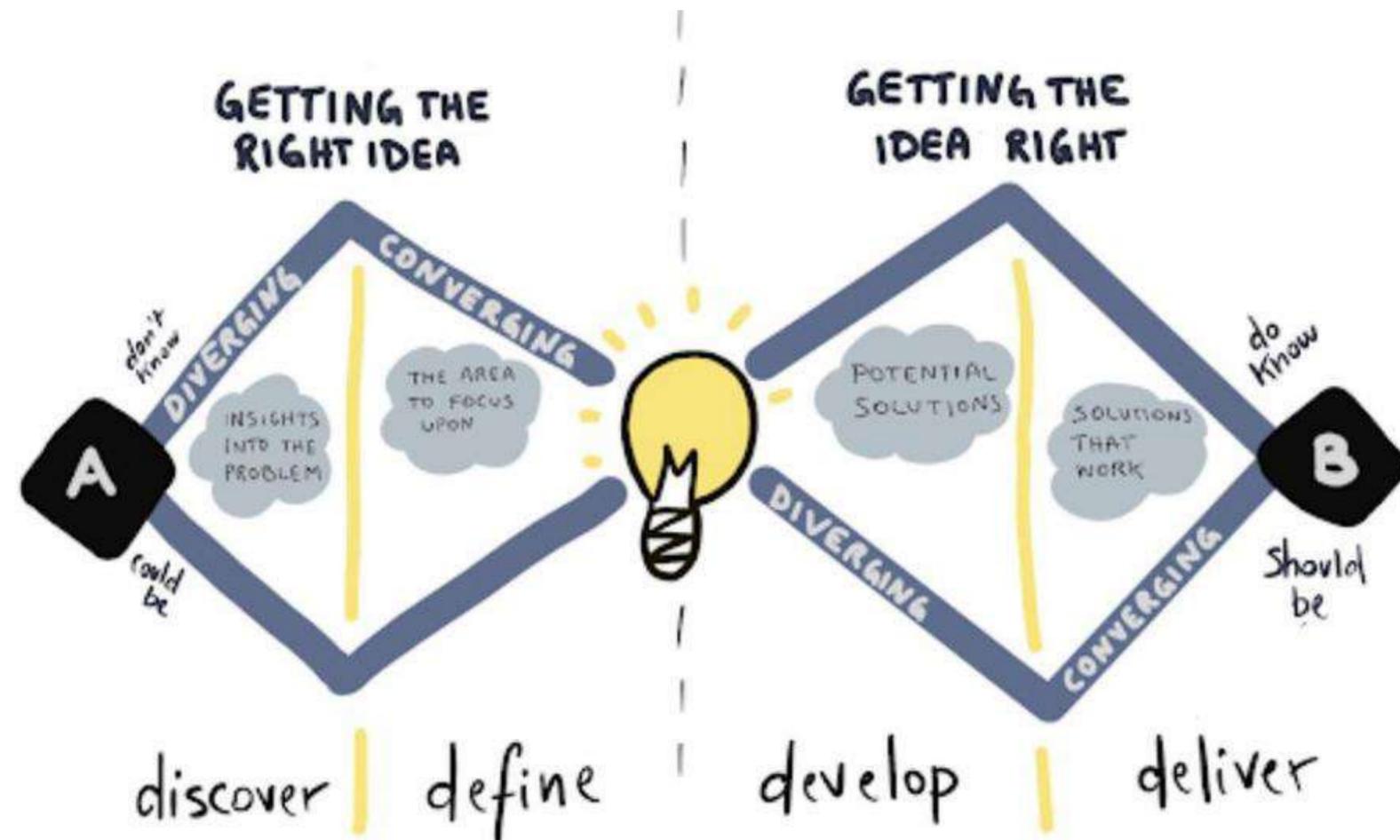
TAM / SAM / SOM

..da qui il panorama è **fantastico!**



Non improvvisare la scalata

Le **idee non sono un caso** e per generarle il business incontra il **service design**.

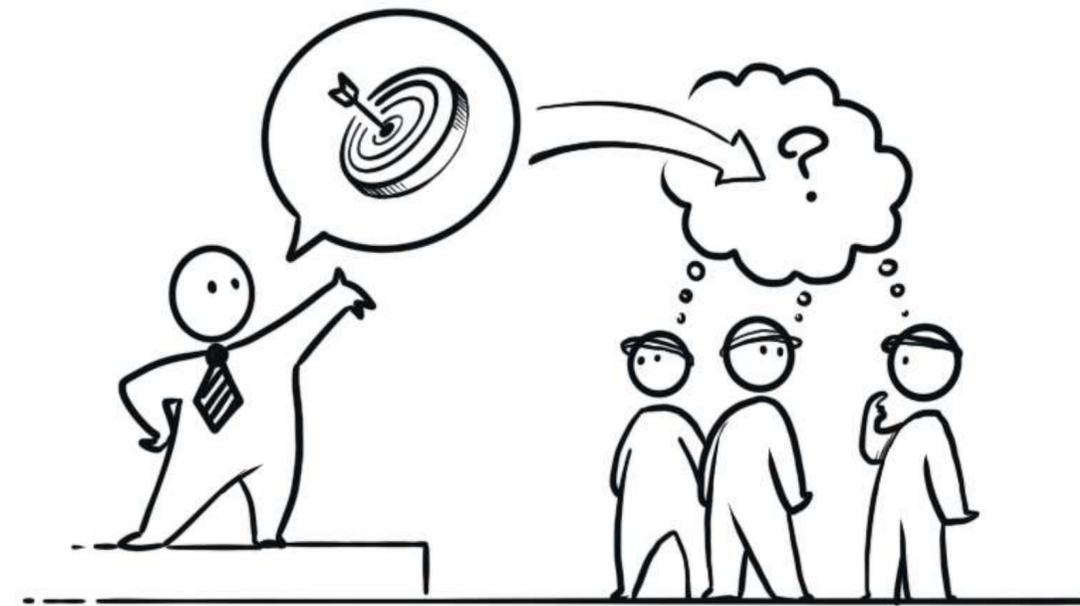




DETECTIVE MODE: ON

Personas & Bisogni

Capiamo **a chi ci rivolgiamo** e chi invece sono gli utilizzatori finali: non sempre le due categorie coincidono.





GIOVANNI Ragni

GENERALITÀ

Direttore Tecnico Azienda

Utilizzatore finale

Vive a Roma

Ha 55 anni

MOTTO

“Keep Calm and Carry On:
Mantieni la calma e vai
avanti.”

Chi è



Nome Giovannino
Qualifica Direttore tecnico
Età 55 circa
Dove si trova zona Roma

Di cosa si occupa

DT della azienda medio grande

l'RSPP è più teorico, il DT lo fa scendere a terra, è più pratico

Job to be done

Cosa fa (nel lavoro e nella vita)? Quali sono le attività che si trova a svolgere o deve portare a termine?

Ha molte attività da fare su tutte le manutenzioni	supervisionare e coordinare l'ufficio tecnico, "non si sporca le mani"	Si assicura che gli impianti che gestisce garantiscono al meglio la produzione dell'azienda	Riunioni di coordinamento con i fornitori per la Sicurezza
Deve assicurare un buono stato igienico della struttura (?)		Progetta i capitolati tecnici	Segue i lavori di ristrutturazione
deve programmare il futuro, non può reagire solo all'esigenza del momento			

La ragione per cui acquista

Qual è la ragione chiave che spinge la persona ad acquistare ed utilizzare il prodotto/servizio?

l'acquisto può essere imposto dai superiori	Tiene tutto sotto controllo dal punto di vista Legionella
agevolazione del lavoro non indifferente	

Motivazioni

Cosa motiva la persona e la spinge all'azione? Cosa la coinvolge? Incentivi, timori, traguardi, crescita personale, potere, prestigio sociale, ...

Fare bella figura con la Direzione e la proprietà aziendale	Fare bene le cose "manutentive"	Essere in regola con le Linee Guida Legionella e con la Legge	Essere in regola in caso di controlli della ASL o degli ispettori	Non avere rotture di scatole
Avere tutto sotto controllo dal punto di vista tecnico				

Bisogni e aspettative (gain)

Quali sono le sue aspettative? Cosa lo rende felice? Quali sono i suoi obiettivi? Quali traguardi aspira a raggiungere?

riconoscimento finale del merito (una bella bottiglia fa piacere a tutti)	Dimostrare ai superiori che ha fatto un buon lavoro e ha scelto bene il fornitore			
Avere tutto bello ordinato	Documentazione Post Intervento di Qualità			

Affare fatto!

Cosa contribuisce maggiormente a chiudere l'accordo con la persona?

Relazione con commerciale Firetek	La sensazione di risolvere il problema "Legionella" una volta per tutte
collo di bottiglia nel caso in cui dovessero esserci 100+ clienti	

Canali e touchpoint

Come possiamo raggiungere e interagire con la persona?

Pacconi Legionella Zero	Campagne Adwords	Blog Legionella.it	Newsletter Firetek	Visite fisiche fatte dal venditore Firetek
Laboratorio di analisi che ci segnala	Fiera tecnica o seminari proprietari	Pubblicità su siti di settore	DEM da acquistare su riviste online	

Problemi e frustrazioni (pain)

Cosa lo turba? Quali problemi gli rovinano la giornata? Che paure ha?

Paura di avere alte contaminazioni di Legionella	Rotture di scatole tecniche (Si rompe qualcosa etc.)	Sindacati che protestano per qualcosa che non va a livello di Sicurezza	Ispezioni a sorpresa della ASL o degli enti preposti	Il fornitore anzichè risolvere i problemi crea disagi

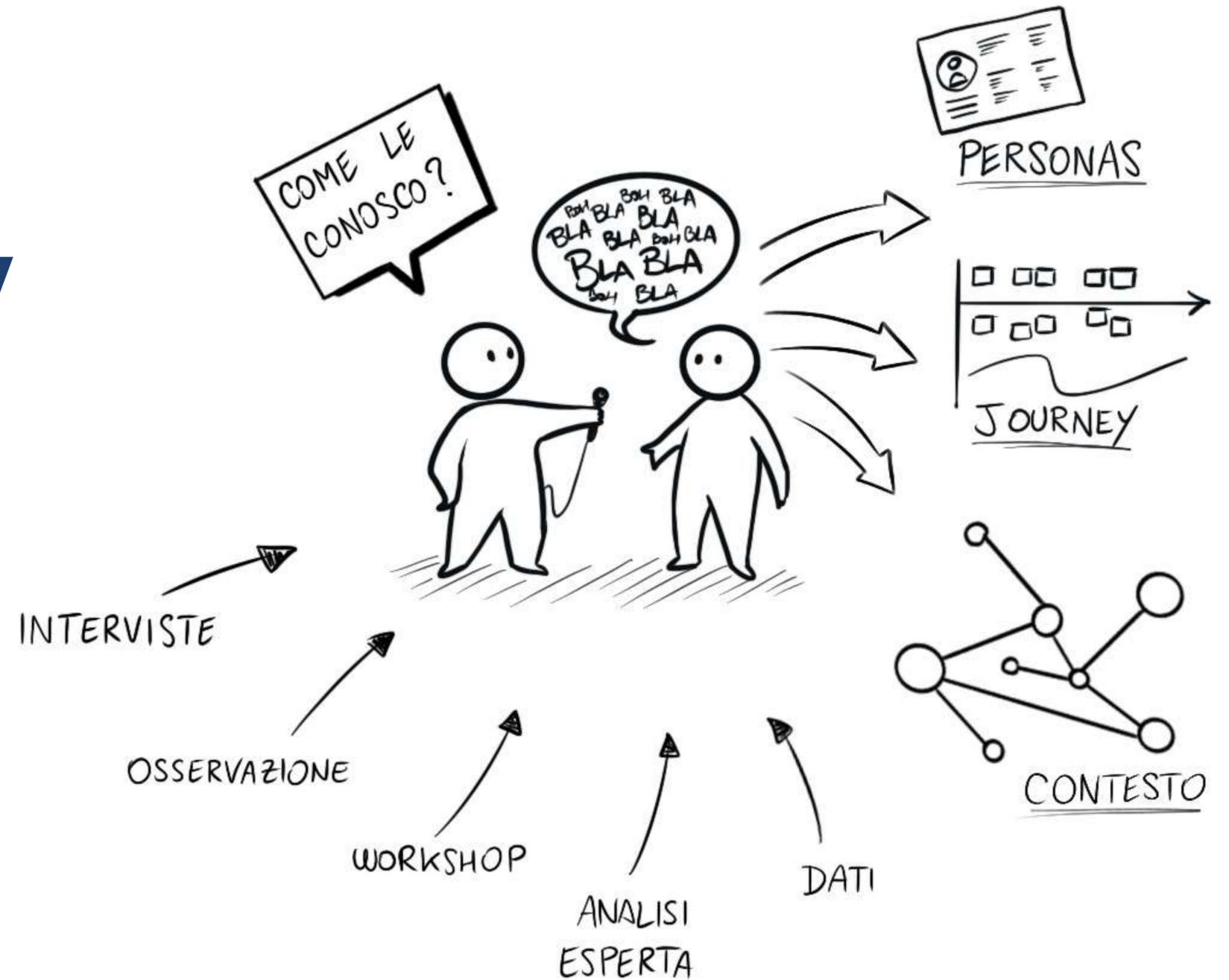
Niente da fare...

Cosa potrebbe far fallire la negoziazione con questa persona?

Paura del cambiamento di fornitori (Laboratori etc.)	Problema di acquisto ricorrente con pagamento anticipato	Paura di non saper usare il software
	Troppa complessità del software	

User journey & scenari d'uso

È la narrazione visiva che descrive il **percorso degli utenti** e aiuta a comprendere le **interazioni** del prodotto/ servizio **dal punto di vista dell'utente**.



EXPERIENCE MAP

Alcune attività comprendono e toccano diverse fasi del servizio. L'esperienza è mappata in relazione all'esperienza dell'utente in un determinato momento del suo percorso. L'esperienza è mappata in relazione all'esperienza dell'utente in un determinato momento del suo percorso. L'esperienza è mappata in relazione all'esperienza dell'utente in un determinato momento del suo percorso.

SERVICE BLUEPRINT

Il Service Blueprint è un diagramma che mostra il processo di servizio e il ruolo di ogni dipendente. Il Service Blueprint è un diagramma che mostra il processo di servizio e il ruolo di ogni dipendente. Il Service Blueprint è un diagramma che mostra il processo di servizio e il ruolo di ogni dipendente.

LE FASI/STAGE DEL SERVIZIO

Il servizio è diviso in fasi e stage. Le fasi sono: 1. Awareness, 2. Consideration, 3. Selection, 4. Adoption, 5. Use & Apply. Le fasi sono: 1. Awareness, 2. Consideration, 3. Selection, 4. Adoption, 5. Use & Apply.

1. AWARENESS

Il servizio è diviso in fasi e stage. Le fasi sono: 1. Awareness, 2. Consideration, 3. Selection, 4. Adoption, 5. Use & Apply. Le fasi sono: 1. Awareness, 2. Consideration, 3. Selection, 4. Adoption, 5. Use & Apply.

2. CONSIDERATION

Il servizio è diviso in fasi e stage. Le fasi sono: 1. Awareness, 2. Consideration, 3. Selection, 4. Adoption, 5. Use & Apply. Le fasi sono: 1. Awareness, 2. Consideration, 3. Selection, 4. Adoption, 5. Use & Apply.

3. SELECTION

Il servizio è diviso in fasi e stage. Le fasi sono: 1. Awareness, 2. Consideration, 3. Selection, 4. Adoption, 5. Use & Apply. Le fasi sono: 1. Awareness, 2. Consideration, 3. Selection, 4. Adoption, 5. Use & Apply.

4. ADOPTION

Il servizio è diviso in fasi e stage. Le fasi sono: 1. Awareness, 2. Consideration, 3. Selection, 4. Adoption, 5. Use & Apply. Le fasi sono: 1. Awareness, 2. Consideration, 3. Selection, 4. Adoption, 5. Use & Apply.

5. USE & APPLY

Il servizio è diviso in fasi e stage. Le fasi sono: 1. Awareness, 2. Consideration, 3. Selection, 4. Adoption, 5. Use & Apply. Le fasi sono: 1. Awareness, 2. Consideration, 3. Selection, 4. Adoption, 5. Use & Apply.

PERSONAS

Le personas sono rappresentazioni di utenti ideali. Le personas sono rappresentazioni di utenti ideali. Le personas sono rappresentazioni di utenti ideali.

HR

Le personas sono rappresentazioni di utenti ideali. Le personas sono rappresentazioni di utenti ideali. Le personas sono rappresentazioni di utenti ideali.

RESPONSIBILE

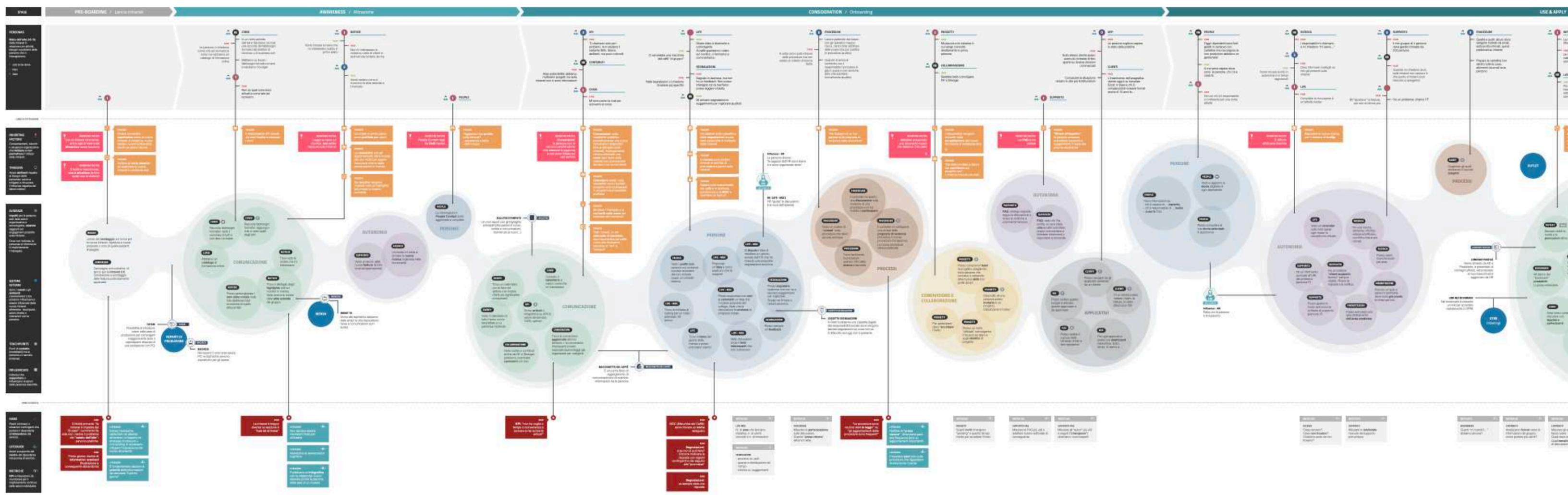
Le personas sono rappresentazioni di utenti ideali. Le personas sono rappresentazioni di utenti ideali. Le personas sono rappresentazioni di utenti ideali.

IMPEGNATO

Le personas sono rappresentazioni di utenti ideali. Le personas sono rappresentazioni di utenti ideali. Le personas sono rappresentazioni di utenti ideali.

OPERATIVO

Le personas sono rappresentazioni di utenti ideali. Le personas sono rappresentazioni di utenti ideali. Le personas sono rappresentazioni di utenti ideali.



KEY STAGE

- 1. Awareness: Il servizio è diviso in fasi e stage. Le fasi sono: 1. Awareness, 2. Consideration, 3. Selection, 4. Adoption, 5. Use & Apply.
- 2. Consideration: Il servizio è diviso in fasi e stage. Le fasi sono: 1. Awareness, 2. Consideration, 3. Selection, 4. Adoption, 5. Use & Apply.
- 3. Selection: Il servizio è diviso in fasi e stage. Le fasi sono: 1. Awareness, 2. Consideration, 3. Selection, 4. Adoption, 5. Use & Apply.
- 4. Adoption: Il servizio è diviso in fasi e stage. Le fasi sono: 1. Awareness, 2. Consideration, 3. Selection, 4. Adoption, 5. Use & Apply.
- 5. Use & Apply: Il servizio è diviso in fasi e stage. Le fasi sono: 1. Awareness, 2. Consideration, 3. Selection, 4. Adoption, 5. Use & Apply.

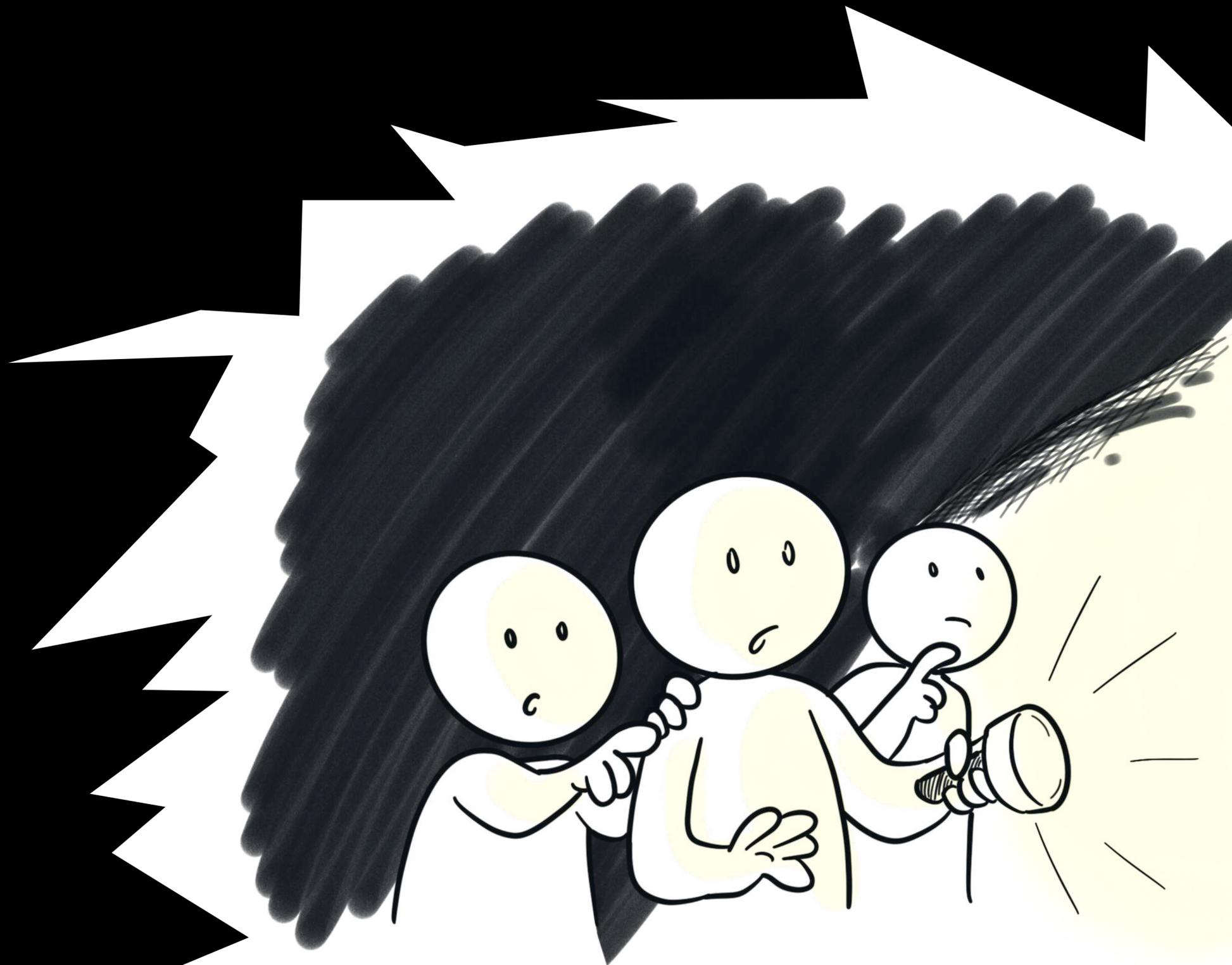
POSITIVE WORK ENVIRONMENT

- Il servizio è diviso in fasi e stage. Le fasi sono: 1. Awareness, 2. Consideration, 3. Selection, 4. Adoption, 5. Use & Apply.

SELF-DIRECTED AND DYNAMIC LEARN

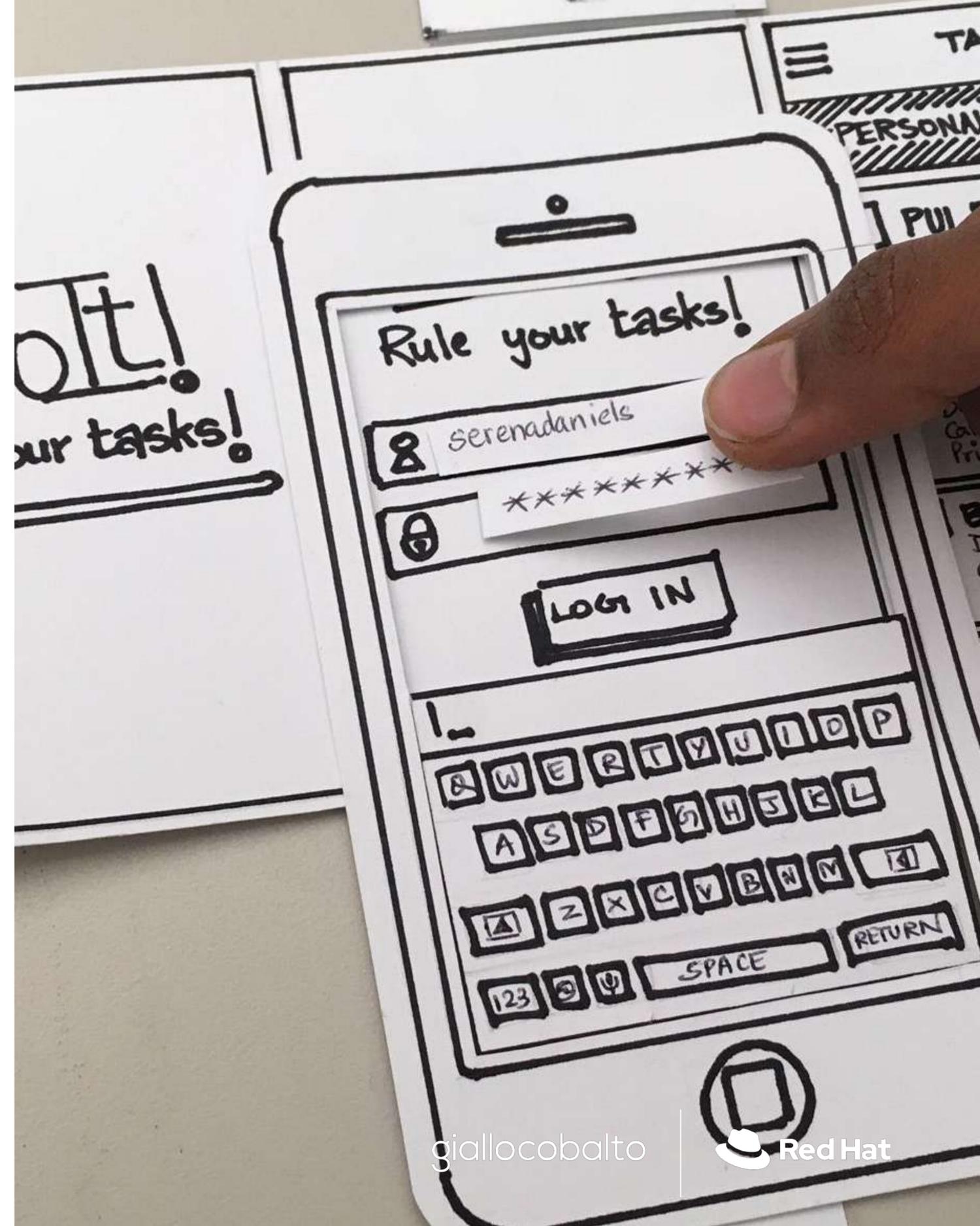
- Il servizio è diviso in fasi e stage. Le fasi sono: 1. Awareness, 2. Consideration, 3. Selection, 4. Adoption, 5. Use & Apply.

**Arriva il momento
della verità...**



Il prototipo!

Quello rapido, con fogli e colori, oppure quello più avanzato in versione digitale, ci permette di **testare il** nostro **prodotto** e **capire cosa funziona e cosa no**.

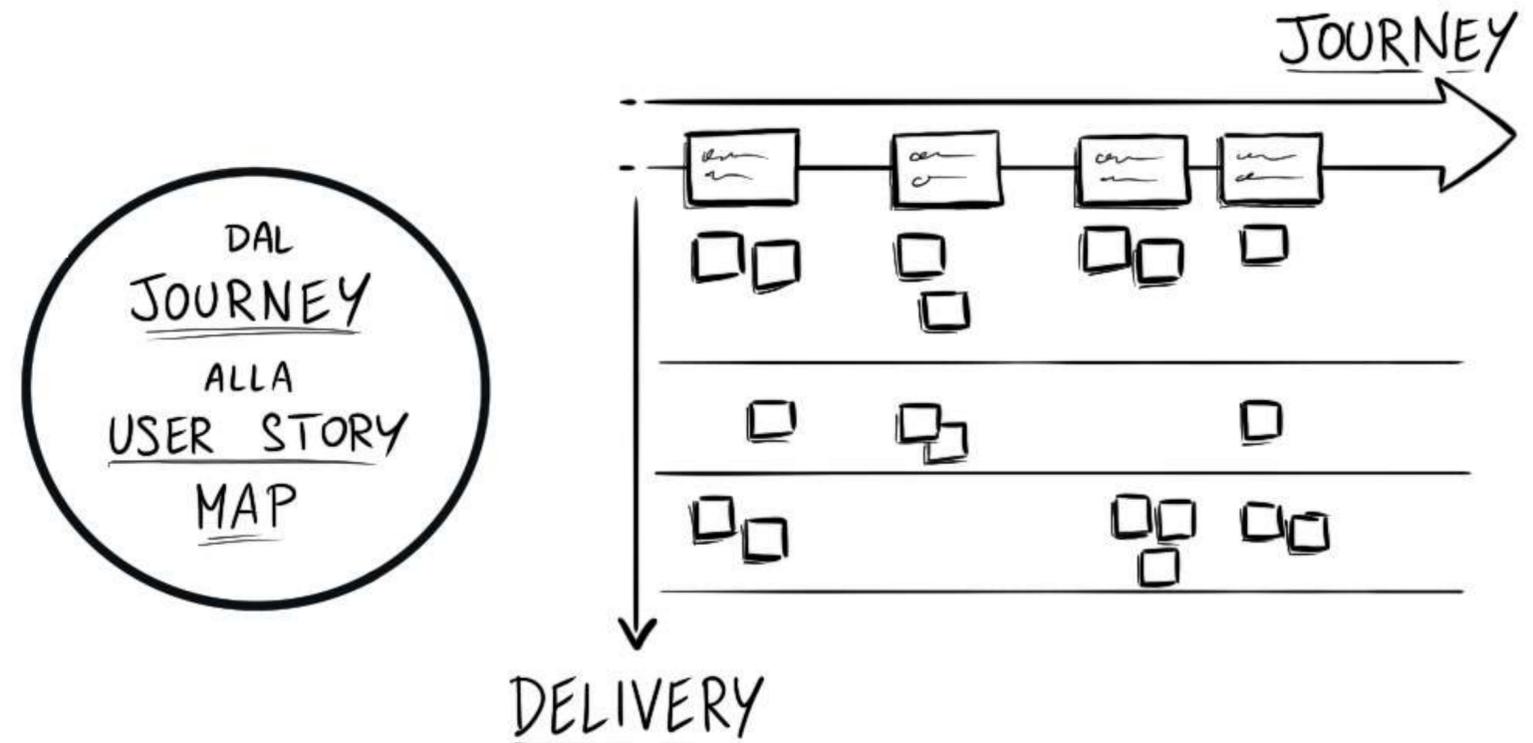


“Se un’immagine vale più di mille parole,
un **prototipo** vale più di mille riunioni.”

– **David & Tom Kelley**
IDEO Founder & General Manager

Dal **Design** ai... **fatti**

Dobbiamo **trasformare** gli insight, gli user journey e i prototipi in un **applicativo**, reale e pronto per arrivare sul mercato.





Stefano Marchetti

Business strategist

CEO @RedTurtle

REDTURTLE

Siamo un **System Integrator**.

Progettiamo e realizziamo **soluzioni digitali** innovative per la comunicazione, la collaborazione e l'analisi dei dati sia per le **imprese** che per la **pubblica amministrazione**.

Ok siamo partiti bene, **ma poi?**

Massimo ci ha spiegato che il cliente ha un'idea del prodotto-servizio che vuole vendere e c'è un **metodo** per mettere a fuoco la soluzione/servizio da implementare.



È tutta in **discesa**?

C'è un **metodo** per capire come sviluppare il progetto.

Sappiamo come procedere, magari abbiamo anche il **layout** del sistema che dobbiamo realizzare.

Poi, il tutto è da **mettere a terra** e, nel caso di progetto IT ci sono da fare delle cose (architetture, sviluppo, ecc.).



Sviluppo tecnico e **scalabilità**

Scegliere la **tecnologia** e l'**architettura** giusta è fondamentale per la **scalabilità** e la **sostenibilità** del prodotto.

Errori nelle scelte tecniche possono compromettere performance e adattabilità a lungo termine.

Gestione dei costi e delle risorse

I costi di **sviluppo**, **testing**, **marketing** e supporto possono **crescere** rapidamente.

Gestire budget e risorse è essenziale per evitare sprechi e ottimizzare il **ritorno** sull'**investimento**.



Iterazione e **feedback** degli utenti

In molti casi, i **feedback** iniziali degli **utenti** richiedono **modifiche significative**.

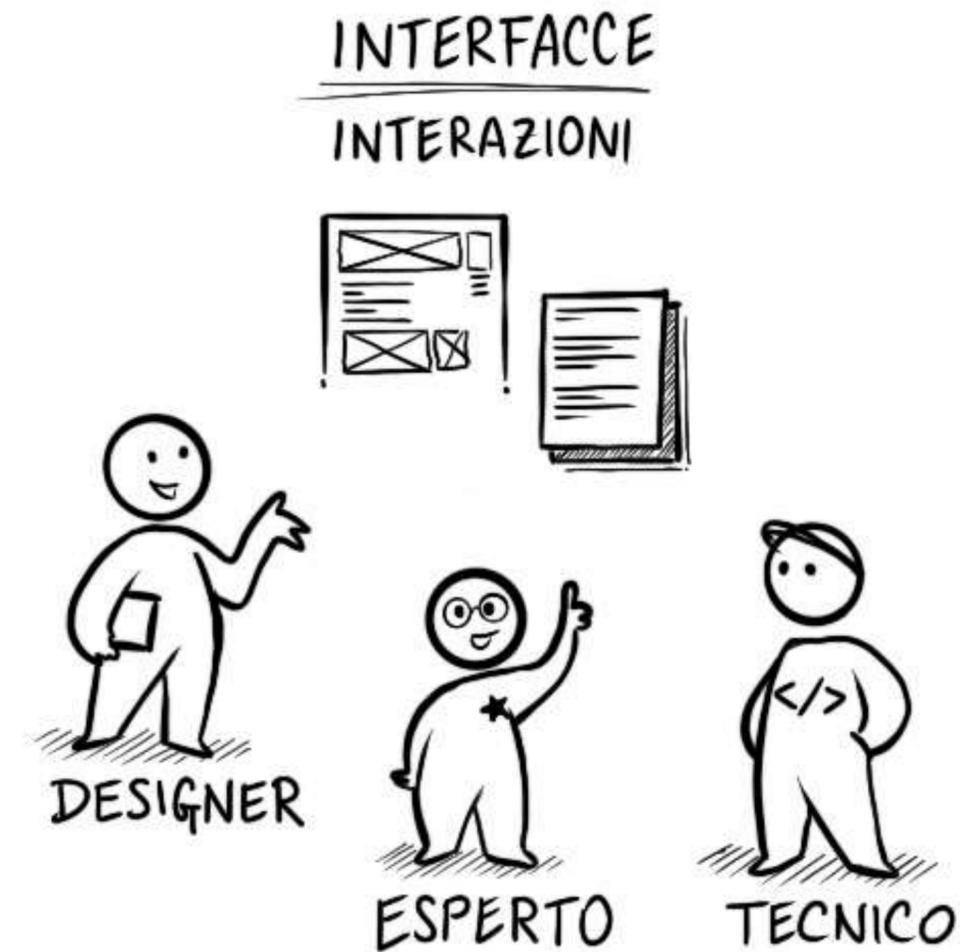
Integrare il **feedback** continuo senza perdere di vista la roadmap può essere **impegnativo** ma è **cruciale** per il successo del prodotto.



Approccio **Agile** al lancio di un prodotto/servizio

Il **metodo agile** applicato al **GTM** consente di **rispondere** ai **cambiamenti** del mercato con frequenti revisioni e **modifiche incrementali**.

L'**Agile Manifesto** è pensato per fornire una base di lavoro più flessibile, collaborativa e orientata al cliente rispetto ai metodi tradizionali.



I **4 valori** del Manifesto Agile

Individui e interazioni più che i processi e gli strumenti

La comunicazione tra le persone è prioritaria per il successo dei progetti.

Software funzionante più che la documentazione esaustiva

La priorità è data alla consegna di software che funzioni, piuttosto che alla produzione di documentazione.

I **4 valori** del Manifesto Agile

La collaborazione con il Cliente più che negoziazione dei contratti

Lavorare a stretto contatto con il cliente permette di rispondere meglio ai cambiamenti.

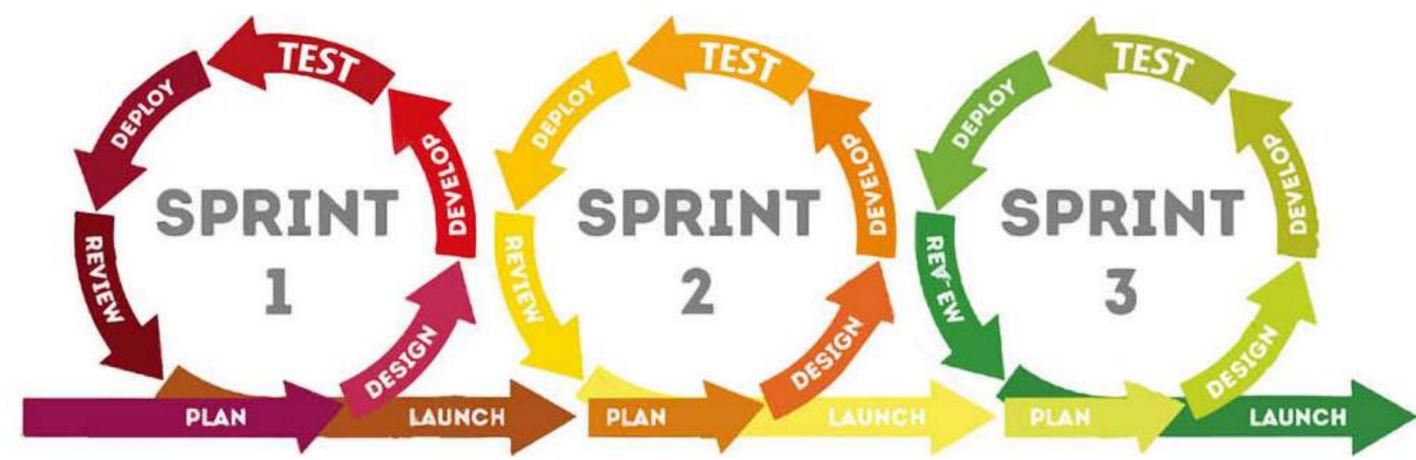
Rispondere al cambiamento più che seguire un piano

La flessibilità nel reagire ai cambiamenti è essenziale per soddisfare le esigenze emergenti.

Il valore del' **iterazione** (sprint)

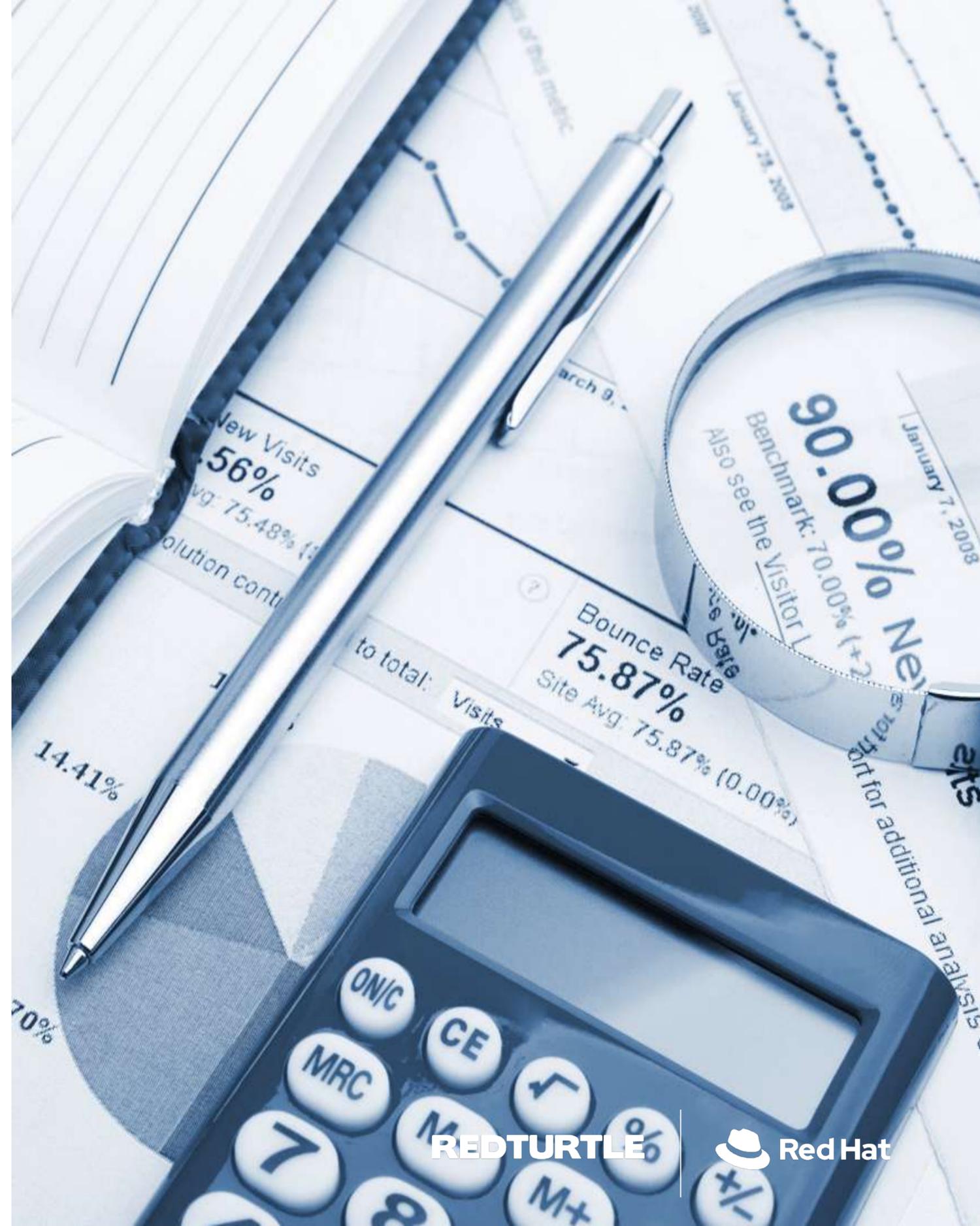
Ogni **iterazione** permette di migliorare il prodotto in base ai **feedback**, garantendo che il software si **evolva** in modo **incrementale** e basato sui **dati raccolti**.

Ad ogni **iterazione** si ottiene **software funzionante**.



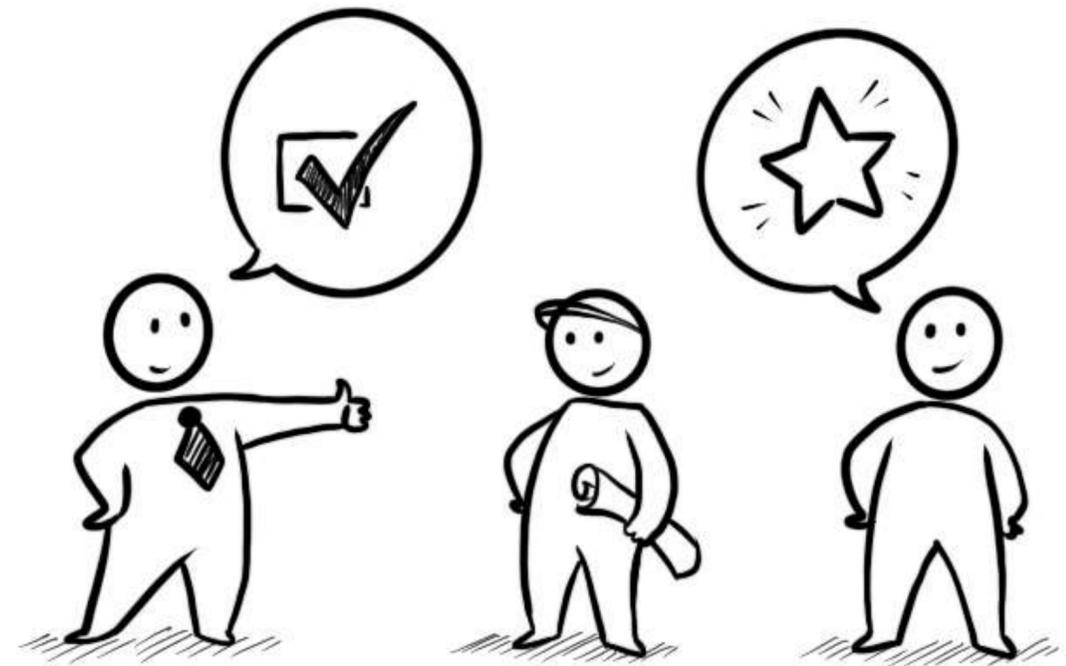
La **trasparenza** è alla base della fiducia

In Agile la **trasparenza** è cruciale per instaurare un rapporto di **fiducia** tra cliente e fornitore, migliorando l'**interazione** e la **collaborazione**.



Vantaggi competitivi dell'agilità

L'**agilità** offre un **vantaggio competitivo**, consentendo di rispondere più rapidamente alle **richieste** del **mercato** e migliorare il **time-to market**.



Open source & Agile

Flessibilità

L'open source consente modifiche rapide al codice, in linea con l'adattabilità agile.

Collaborazione

Favorisce contributi sia dal team sia dalla community, aumentando efficienza e qualità.

Riduzione costi

L'assenza di licenze permette di reinvestire in miglioramenti e testing continui.

Vantaggi dell'open source

Trasparenza

Ideale per la pubblica amministrazione, garantisce sicurezza e conformità agli standard.

Scalabilità

Moduli open source facilitano rilasci incrementali agili.

Vantaggi dell'open source

Innovazione continua

La community open source fornisce aggiornamenti costanti.

Indipendenza dal vendor

Evita il lock-in, permettendo cambiamenti senza vincoli.

L'open source in contesti pubblici garantisce così trasparenza e uso ottimale delle risorse.

Ok, **ci siamo!**



1 Sappiamo
cosa fare

2 Abbiamo una
roadmap

3 Abbiamo un
metodo flessibile

4 Abbiamo scelto
una tecnologia
open source

Cosa può **andare male?**

E' semplice: basta stabilire **obiettivi**, **tempi** di **consegna** e **livelli** di **assistenza...**



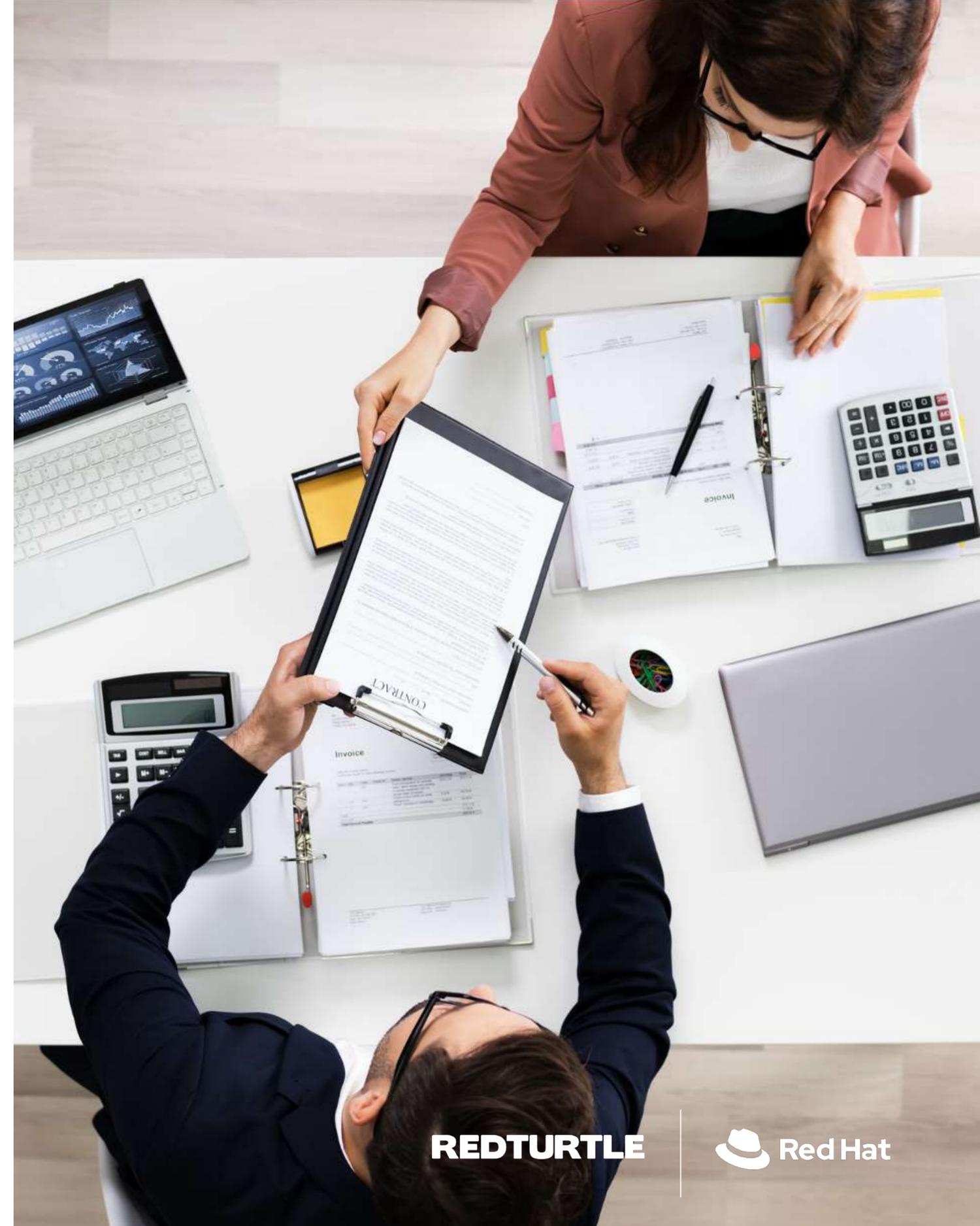
Mettiamo **nero** su **bianco**

Definire un contratto per un servizio IT è complesso poiché deve bilanciare **flessibilità** e **chiarezza** su **responsabilità** e **risultati**.

Un contratto troppo **rigido** limita l'**adattabilità** alle **innovazioni**, ma **senza specifiche** precise è difficile **garantire qualità, tempi** e livelli di assistenza, aumentando il rischio di **insoddisfazione** e **incomprensioni**.

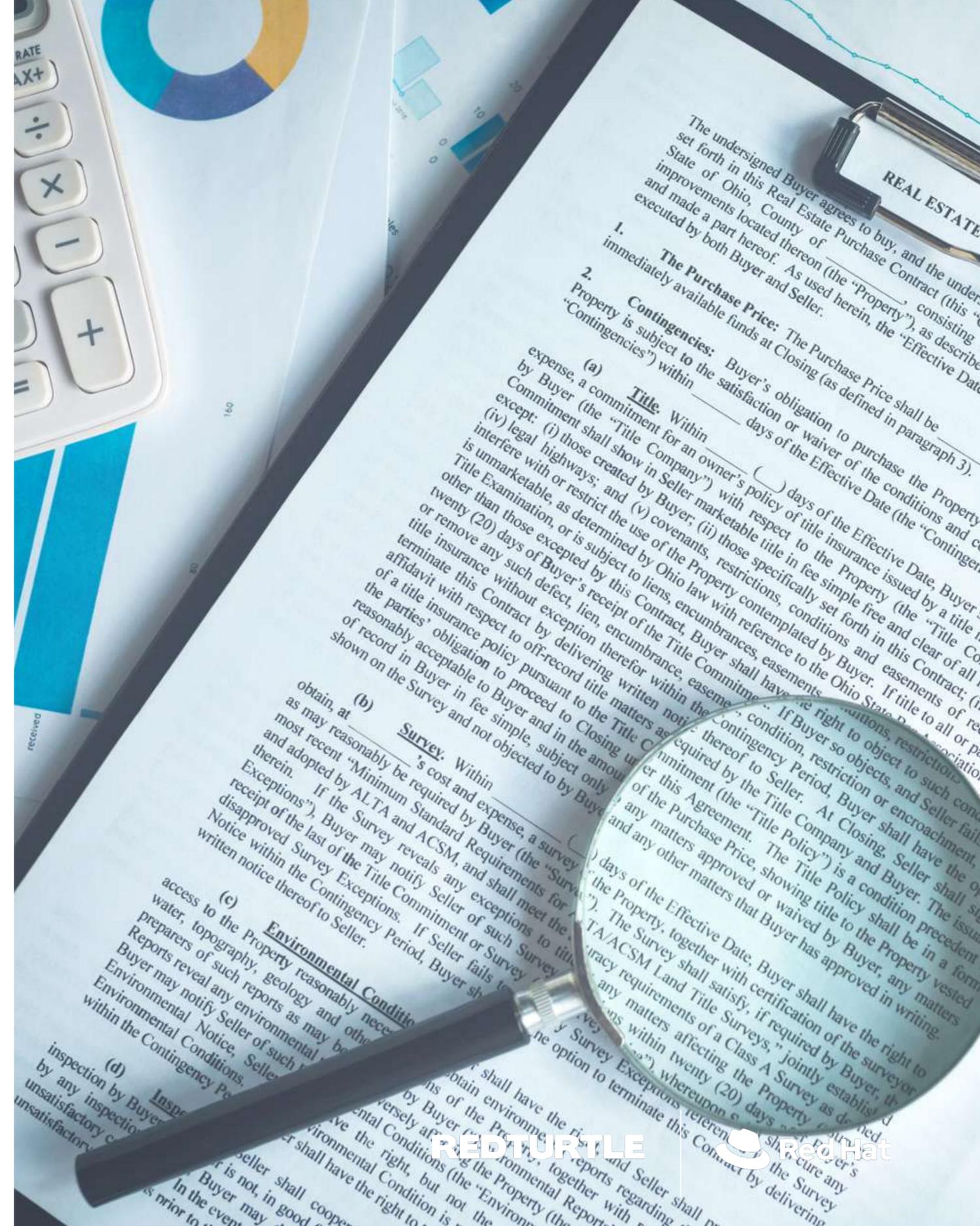
Cos'è un Contratto Agile

Un contratto agile è un **accordo flessibile** che permette alle parti di adattarsi alle esigenze del **progetto/mercato**, con **feedback frequenti** e **consegne incrementali**.



Costruire un Contratto Agile

Flessibilità, trasparenza, fiducia, collaborazione e **adattabilità** sono alla base del **contratto agile**, con l'obiettivo di supportare un **ciclo continuo** di **miglioramento e rilasci**.



La **sfida**

- Sviluppare da zero una piattaforma di **social media management**
- **5 mesi** per la consegna
- Alcune **incertezze** (tecnologiche e di mercato)
- È una startup!
- Necessità di **flessibilità**

The logo for 'isual' features the word 'isual' in a dark blue, cursive script font. A small orange star is positioned above the letter 'i'. A registered trademark symbol (®) is located at the end of the word.

La proposta indecente :)

Con Isual abbiamo proposto un contratto agile in accordo con il partner ([Coders51.com](https://coders51.com)) coinvolto sul progetto.

La founder di Isual ha condiviso subito il metodo e anche la proposta contrattuale (con un supporto di un legal).

The logo for Isual, featuring the word "isual" in a dark blue, italicized serif font. A small orange star is positioned above the letter 'i'. A registered trademark symbol (®) is located at the end of the word.

Il backlog

I layout

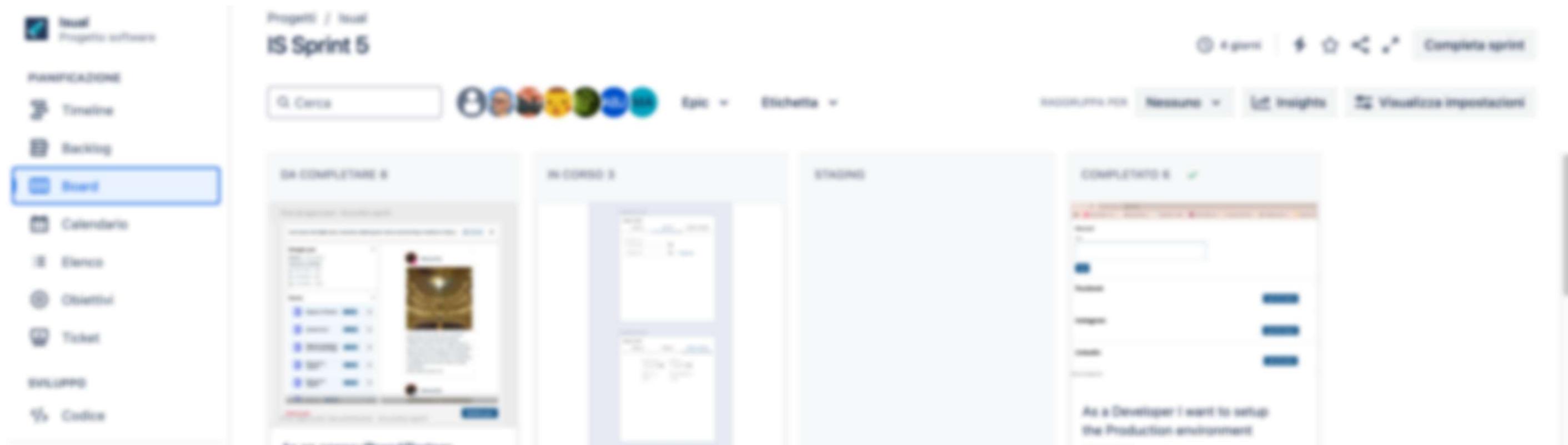


Il backlog

Prepariamo i tool di gestione

Le attività (storie) di uno sprint sullo strumento Jira.

Storie “**da completare**”, “**in corso**”, “**staging**”, “**completate**”.



Il **contratto** - definizioni

Sprint

Lo sprint rappresenta un **ciclo** di sviluppo nel quale si realizza un **incremento** delle **funzionalità** del sistema, fornendo un insieme di **funzionalità testabili** e pronte per il rilascio, in linea con le esigenze del Cliente.

La **durata** di ogni sprint sarà concordata congiuntamente, e la **pianificazione** delle attività potrà essere adattata per soddisfare le esigenze e i requisiti del Cliente e del Fornitore.

Questo approccio mira a garantire un alto grado di soddisfazione del Cliente e a favorire una relazione commerciale vantaggiosa, basata sulla **fiducia** e sulla **comunicazione continua**.

Il **contratto** - definizioni

Sprint Review Meeting

E' un **incontro periodico**, ogni 2 settimane, tra il Cliente (Product Owner e altre figure coinvolte nel progetto) e il Fornitore (team di sviluppo e altri membri del progetto) per:

- **Analizzare** le funzionalità sviluppate durante lo **sprint precedente**;
- Consentire al Product Owner di **approvare** o **rifiutare** le funzionalità implementate;
- **Pianificare** le funzionalità da sviluppare fino al prossimo Sprint Review Meeting.

Il **contratto** - principi guida

Rispetto dei principi guida

Questo contratto Agile si basa su **principi** di **buona fede** e **correttezza**, ponendo le basi per una **cooperazione fruttuosa** e **trasparente**. L'obiettivo è quello di realizzare un **progetto** di **successo**, sfruttando al meglio le risorse disponibili e mantenendo un approccio etico e professionale in ogni fase del processo.

Il **contratto** - oggetto

Oggetto del contratto

Il contratto ha ad oggetto le attività di sviluppo software di una **piattaforma di social media management** basata sull'elenco delle funzionalità (**backlog**) allegato al presente contratto, su **base iterativa** in modalità **Agile**.

Il Fornitore si impegna a realizzare le funzionalità previste dal backlog entro gli sprint programmati.

Cliente e Fornitore concordano che il **backlog**, per sua natura, **sarà soggetto a variazioni**, e sarà **possibile ampliare l'elenco delle funzionalità in caso di velocità maggiore di quanto preventivato o potrebbe essere necessario ridurlo se le circostanze lo richiederanno**.

Il **contratto** - oggetto

Oggetto del contratto

Queste **modifiche** potranno derivare da cambiamenti nei **requisiti**, nelle **priorità di business**, da **complessità tecniche inattese** o da **nuove funzionalità** non esplicitate al momento della stesura del backlog stesso.

In caso di necessità di rivedere il backlog, **Cliente** e **Fornitore** si impegnano a **collaborare** per **modificare l'elenco** delle **funzionalità**, cercando congiuntamente la soluzione migliore possibile per realizzare quanto desiderato dal Cliente, nel rispetto dei vincoli di tempo e risorse.

Il **contratto** - descrizione dei servizi

Art. 2 | Descrizione generale dei servizi

Il Fornitore nell'esercizio della sua attività professionale può offrire i seguenti servizi e le presenti Condizioni si applicano solamente ai servizi effettivamente scelti dal Cliente e definiti nel **backlog** allegato:

- **pacchetti di sprint** di sviluppo software

Dalla strategia al mercato: **sintesi**

Nella realizzazione di un servizio/prodotto serve capire i **bisogni** delle **persone** e del **mercato**.

Serve un **metodo flessibile** che possa adattarsi in fretta in base ai feedback delle persone/del mercato.



Dalla strategia al mercato: **sintesi**

Serve una **tecnologia flessibile (open source)** che abiliti il cambiamento.

Il **contratto Agile** abilita la **flessibilità contrattuale** necessaria.



Red Hat
Summit

Connect

Thank you

Massimo Azzolini

massimo@giallocobalto.it

Stefano Marchetti

stefano@redturtle.it

