Le nuove professioni dell'innovazione

Innovation Manager

A cura della Struttura "Orientamento al lavoro e digitalizzazione"

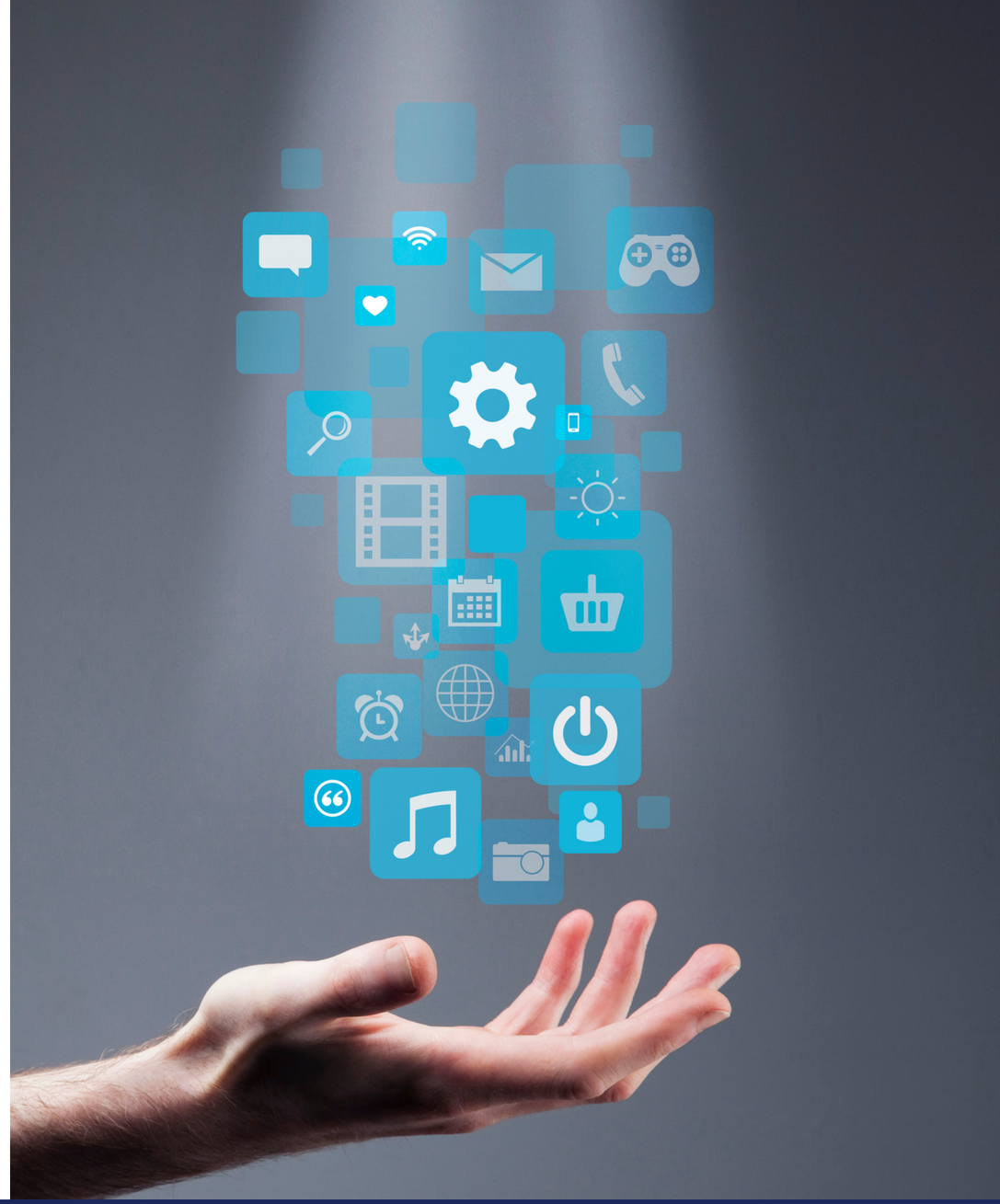
Camera di Commercio Roma



Camera di Commercio Roma

Una nuova figura professionale

La **digitalizzazione** dei processi è ormai una realtà sempre più consolidata per il mondo delle imprese. Proprio per questo, molte organizzazioni hanno iniziato ad affidarsi a una **nuova figura professionale**: l'Innovation Manager.



Chi è l'Innovation Manager?

È un professionista che aiuta le imprese nel percorso di trasformazione digitale, innovando anche i processi interni e migliorando la competitività sul mercato.
Secondo la definizione data dal centro “Osservatori digitali” del Politecnico di Milano, l’Innovation Manager assume tre ruoli:

- **esploratore;**
- **evangelista dell’innovazione;**
- **abilitatore**.

I tre ruoli nel dettaglio





Esploratore

In questa veste, l'Innovation Manager ha il compito di **selezionare partner** con cui l'impresa può intraprendere collaborazioni e valutare le prospettive di crescita.
Non solo: il professionista **analizza** anche **il mercato** per cogliere tutte le opportunità favorevoli al processo di digitalizzazione.



Evangelista dell’innovazione

In questo ruolo dal nome suggestivo, il professionista dell'innovazione ha il compito di introdurre nei processi aziendali delle nuove tecnologie "***disruptive***", in grado cioè di cambiare la cultura dell’impresa.



Abilitatore

In qualità di abilitatore, l’Innovation Manager ha il compito di **analizzare e valutare** tutti i progetti attivi nell'impresa, introdurre **nuove metodologie organizzative** e **relazionarsi** con tutti i dipendenti.



Le *soft skill* necessarie

Per svolgere al meglio il suo ruolo professionale nel processo di trasformazione digitale dell'impresa, l'Innovation Manager deve possedere un insieme di capacità emotive, relazionali e cognitive: le ***soft skill***.



Una delle principali difficoltà che incontrano gli Innovation Manager risiede nella cultura spesso prevalente in azienda: dalla sindrome del “*not invented here*” al “si è sempre fatto così”, i limiti sono tanti. La ***leadership***, la **capacità carismatica di motivare e spingere al cambiamento** sono quindi doti essenziali per vincere queste forme di resistenza alle novità e ai mutamenti.



Un'altra *soft skill* fondamentale è la capacità di saper cogliere o anticipare i *trend* del mercato, motivando l'impresa a ricoprire un determinato ruolo sulla base di questa **visione strategica del futuro**.



Anche l'**innovatività**, la **creatività**, la **curiosità** e l'**apertura mentale** sono capacità basilari che l'Innovation Manager, in quanto professionista del futuro, deve possedere per promuovere e stimolare la ricerca di nuove opportunità.



Lo ***storytelling***, inteso come capacità di narrazione, è fondamentale per l'Innovation Manager: costruire e condividere storie basate sull'esperienza personale favorisce il coinvolgimento nei processi di innovazione. È importante sia nella fase iniziale di avvio del processo sia nella fase successiva di sviluppo dei progetti.



Il percorso formativo

La maggior parte degli Innovation Manager ha una formazione e un'esperienza specifica nel **settore ICT,** il più vicino ai temi e alle finalità di un programma di innovazione aziendale.

Ottime palestre per i processi di innovazione sono anche le **consulenze** e i settori del **Marketing** e di **Ricerca e Sviluppo**.



Certificazione delle competenze



L’attestazione delle competenze nell’ambito dell’innovazione è svolta da **organismi di certificazione accreditati** e riguarda tre livelli di professionalità:

- **Innovation Technician -** livello operativo
- **Innovation Specialist -** livello manageriale
- **Innovation Manager -** livello politico-strategico



Perché l'Innovation Manager può essere utile alla tua impresa?



Per almeno tre motivi:

- **L’innovazione è un processo complesso**, che richiede una cultura aziendale di base.
- **Il mercato cambia rapidamente**: è necessario promuovere un’innovazione sostenibile nel tempo ma, ancora meglio, anticipare i comportamenti dei clienti sulla base dei trend attuali.
- L’innovazione non è solo tecnologia, ma anche **nuovi modelli di *business*** orientati ai bisogni dei clienti e basati su criteri di efficienza e flessibilità.



Camera di Commercio di Roma

Struttura "Orientamento al lavoro e digitalizzazione"

via de' Burrò 147

www.rm.camcom.it

orientamentoedigitalizzazione@rm.camcom.it