

Design Thinking Lab

**Il primo passo per coinvolgere le persone
nella trasformazione organizzativa**

amploom

Amploom

**Amploom accompagna le persone*
nei progetti di trasformazione
delle loro aziende e organizzazioni.**

*coraggiose, ribelli, talentuose, curiose,
intraprendenti

Utilizziamo le metodologie del **Design Thinking**, **Service Design** e **Organizational Culture Design** per attivare **percorsi di innovazione** tramite **co-design** che rendono le persone protagoniste e danno loro gli strumenti per progettare insieme il **futuro** della propria organizzazione.

Abbiamo lavorato - tra gli altri - con:

FASTWEB **OTB** **BCC EMILBANCA**

Posteitaliane

INTESA SANPAOLO

immobiliare.it

Il nostro sito

amploom.com



LinkedIn

[Amploom](#)



Clienti

Abbiamo accompagnato nel loro **viaggio di trasformazione:**

Trova i loghi cliccabili e leggi il caso studio



FASTWEB

OTB

CASAPPA
FLUID POWER DESIGN

INTESA  SANPAOLO

 **BCC** EMILBANCA

 **Day**

FAAC

KETER

Haier

EnerSys

 **Confartigianato**
Imprese

PROMOS
ITALIA
BE GLOBAL

 **GRUPPO BCC**
ICCREA

 **AXERA**
INSIEME, INNOVIAMO

Posteitaliane


EFM
ENGAGING PLACES

San Marco
Group
DESIGN THE FUTURE

 **Resorts**

SUANFARMA

 **PARCAM**

MUSE

 **FRIUL**
INTAGLI

Rigoni
di Asiago

iMilani
innovative
italian
ideas

Aryel

 **Autoguidovie**

 **Sidel**

 **sisma**

Bellesini
Società Cooperativa Sociale

  **UNIONCAMERE**
VENETO

RISE
Smart
Moving

BENINCA
GROUP

 **immobiliare.it**

TEC 
TECNOLOGIE PER L'INNOVAZIONE

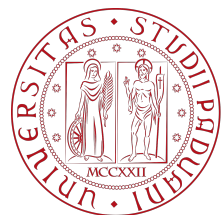
 **BANCA**
CENTRO EMILIA
CREDITO COOPERATIVO ITALIANO

amploom

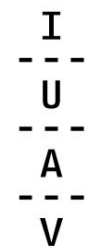
Università e partner

Diffondiamo **conoscenza** e raccogliamo **stimoli**
nel nostro network:

Università: garanzia di open innovation



Università
Ca' Foscari
Venezia



Università IUAV
di Venezia

POLI.DESIGN



UNIVERSITÀ
di VERONA

Partner di trasformazione



Crediamo che le persone*
abbiano il potenziale per
innovare le proprie aziende.
Noi le aiutiamo in questo.

*coraggiose, ribelli, curiose, talentuose, intraprendenti

Background metodologico

Crediamo nel condividere le **conoscenze** e attivare **conversazioni**, ecco perché abbiamo scritto il libro

Organizational Culture Design,

una **guida concreta** per sostenere gli **obiettivi di business**, coinvolgendo le **persone** in azienda ed evolvendo la **cultura organizzativa**.

Edito da Guerini Next, 2025. Disponibile in libreria e online.





Il nostro approccio

Approccio



I nostri progetti si ispirano all'approccio al cambiamento del **Change engagement**



Crediamo che il cambiamento parta dall'**ascolto attivo** delle persone e dal loro coinvolgimento nelle questioni che le riguardano in prima persona. Invece che gestire il cambiamento (change management), rendiamo le persone **protagoniste** nel costruire il futuro della propria organizzazione.



Riprendiamo in questo modo nel contesto organizzativo l'effetto "IKEA". Si tratta di un bias cognitivo secondo il quale i consumatori attribuiscono un **valore sproporzionatamente elevato** ai **prodotti che hanno in parte creato**. Uno studio condotto nel 2011 ha rilevato che i soggetti erano disposti a pagare il 63% in più per mobili che avevano assemblato da soli rispetto a prodotti equivalenti già assemblati.

Come lavoriamo

1. Attiviamo l'intelligenza collettiva

Usiamo **tecniche non convenzionali** (5Whys, Brainstorming Inverso...) che liberano energia creativa. **Si supera l'effetto "solito giro di opinioni"** e si attiva un vero spazio creativo dove emergono anche le voci meno ascoltate.

Post-it, pennarelli, timer che scorrono, idee che si spingono oltre il lecito. Nessun pensiero è troppo strano per essere detto.

2. Abbracciamo la complessità

Ogni canvas, ogni domanda, è **un invito a guardare oltre il già detto**. Non chiediamo "cosa ne pensi", chiediamo **"cosa stai evitando di dire?"**. È lì che nasce il cambiamento.

Moodboard, analogie, provocazioni visive: strumenti per dare forma all'ambiguità e trovare senso nella complessità.

3. Accendiamo la voglia di fare

Non si esce dai nostri workshop con buone intenzioni, ma con **strumenti, prototipi, risorse, pratiche**. Con un toolkit che rende **ogni persona una scintilla di intraprendenza** dentro la sua azienda.

Mani in pasta, corpi in movimento, idee che si costruiscono insieme. La testa lavora, ma anche la pancia e il cuore.



Esempio di interazione

Click to play

Co-design

Intelligenza collettiva

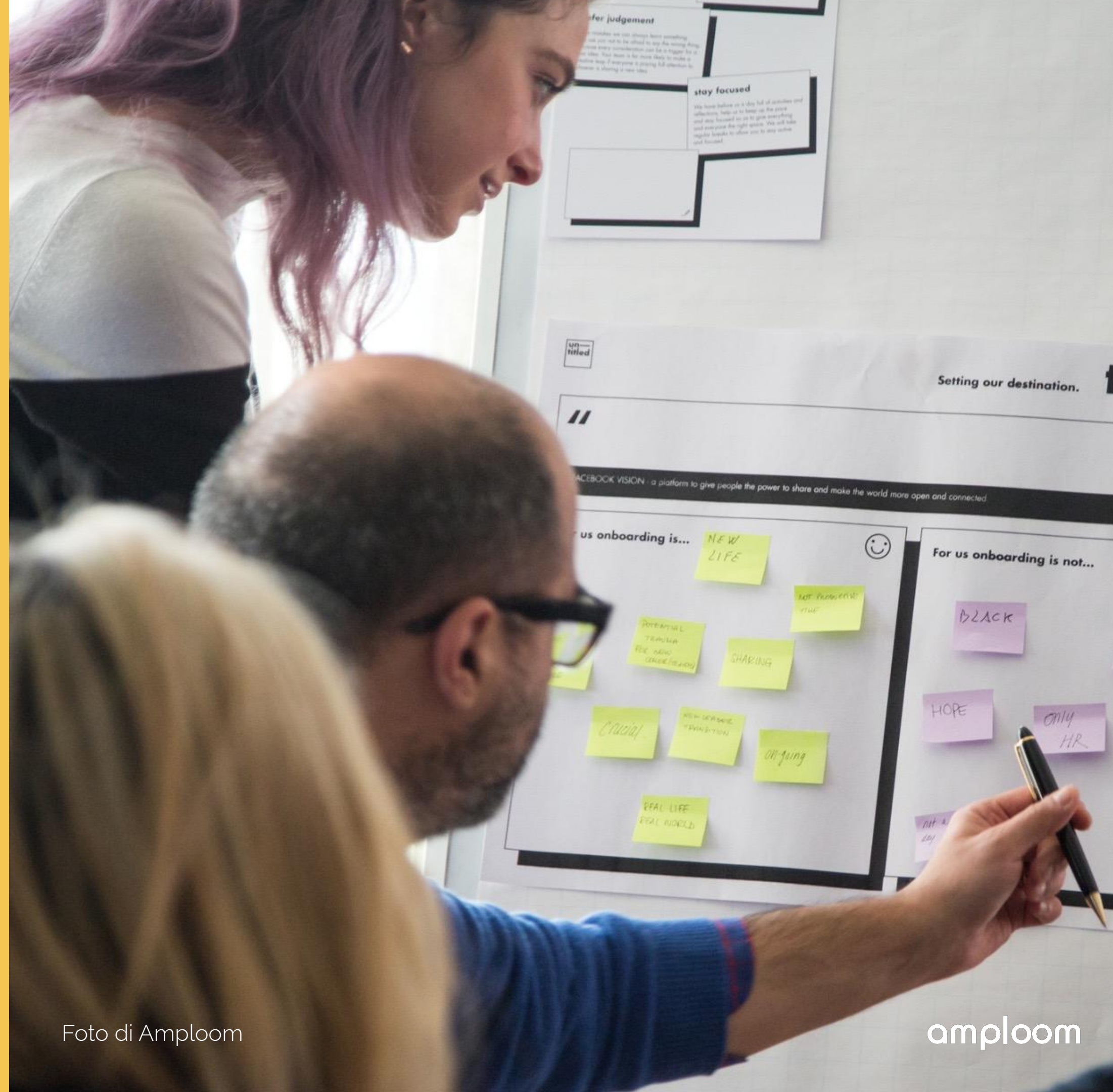
Durante i nostri progetti coinvolgiamo il maggior numero di stakeholder possibili in modo da portare il maggior numero di punti di vista al tavolo e rendere la progettazione olistica



Compagni di viaggio

Accompagnamento

Nei processi di trasformazione siamo dei facilitatori del cambiamento e guidiamo le persone accompagnandole nel percorso



Progettazione visuale

Uso di template visuali

I nostri progetti sono supportati da template visuali, che rendono la co-progettazione tangibile e scardinano le disfunzioni dei team.



Foto di Amploom

amploom

Template

Esempi

Tic tac toe

La prima idea che viene in mente, quella considerata quasi banale per quanto ovvia

Tic tac toe

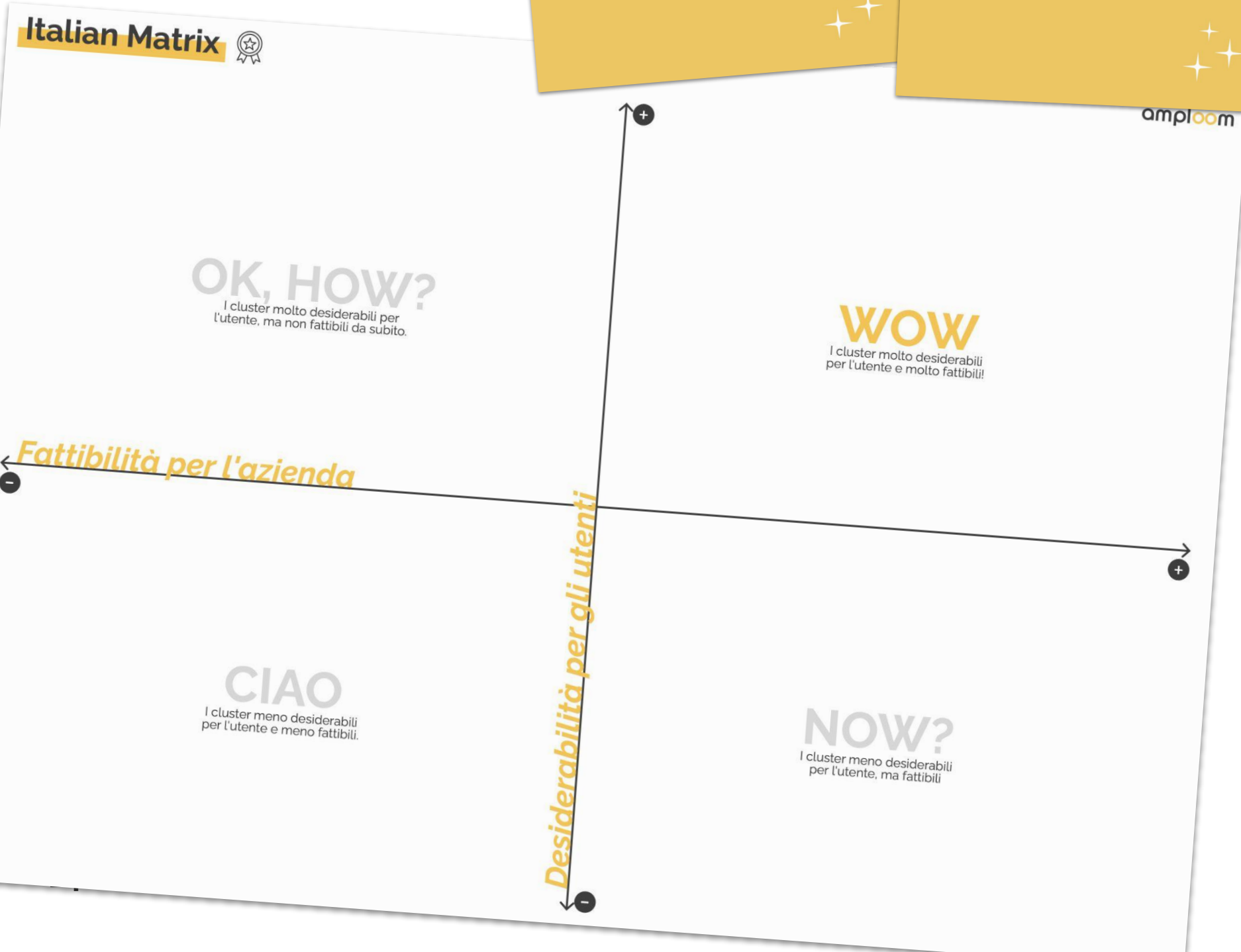
L'idea più pazza, quella che può essere definita assurda

Tic tac toe

L'idea considerata fattibile da domani per la nostra azienda

Tic tac toe

L'idea da proporre se avessimo budget infinito!



The Concept Poster

Nome della proposta *Fammelo catchy!*

Tagline *Trova l'animo marketer che c'è in te*

L'idea in poche parole *Descrivila brevemente, da cosa*

Problema *Qual è la criticità identificata? Riporta anche i dati*

Obiettivo *Quali benefici? Che vantaggio genera l'idea?*

Attori *Chi è coinvolto? Con che ruolo?*

Struttura dei costi *Quali costi comporta il progetto?*

Flussi di ricavi *Quali ricavi genera per l'azienda?*

Storyboard *Quali sono gli step dell'esperienza dell'utente?*

Step 1

Step 2

Step 3

Step 4

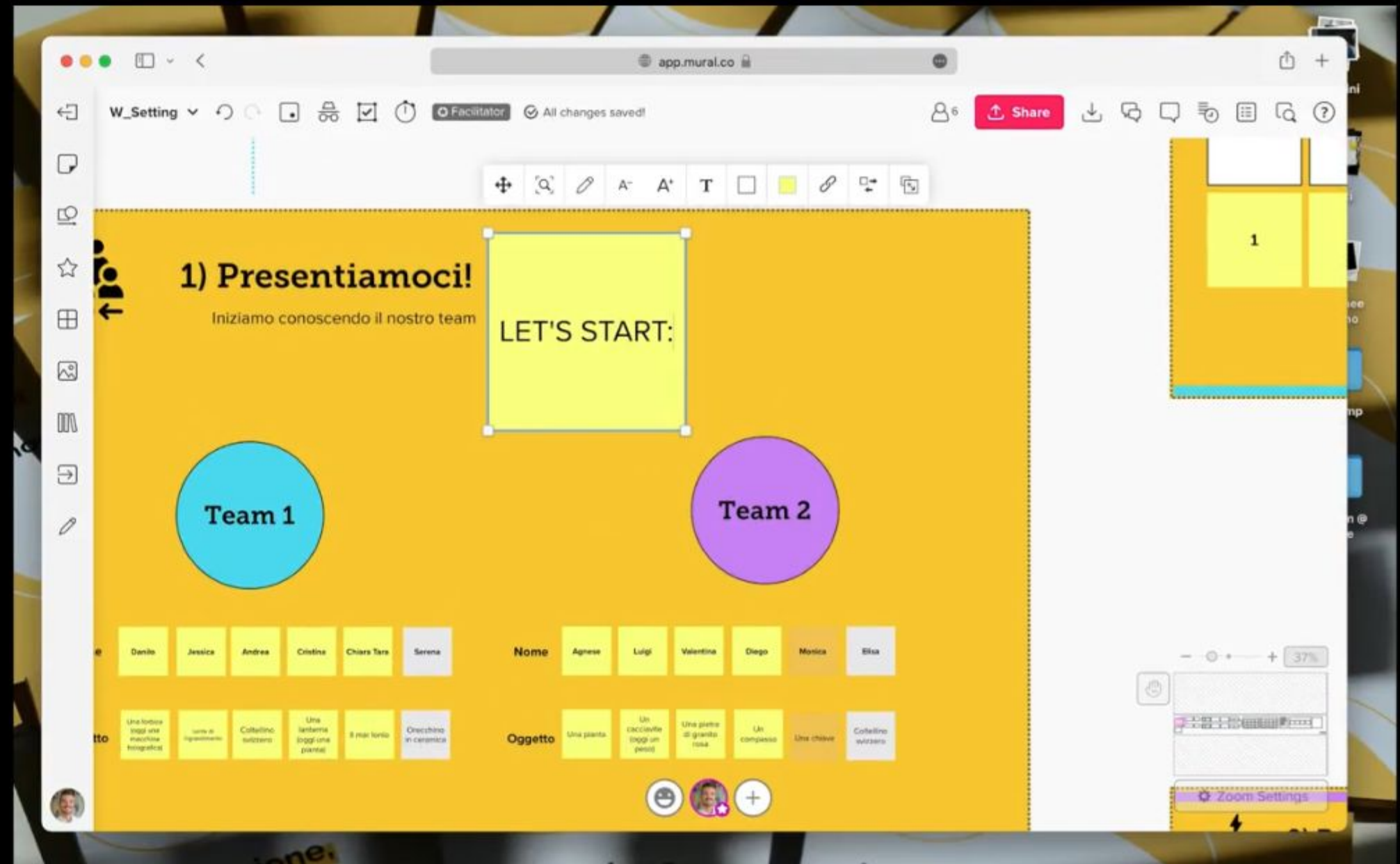
Step 5

amploom

Interazione digitale

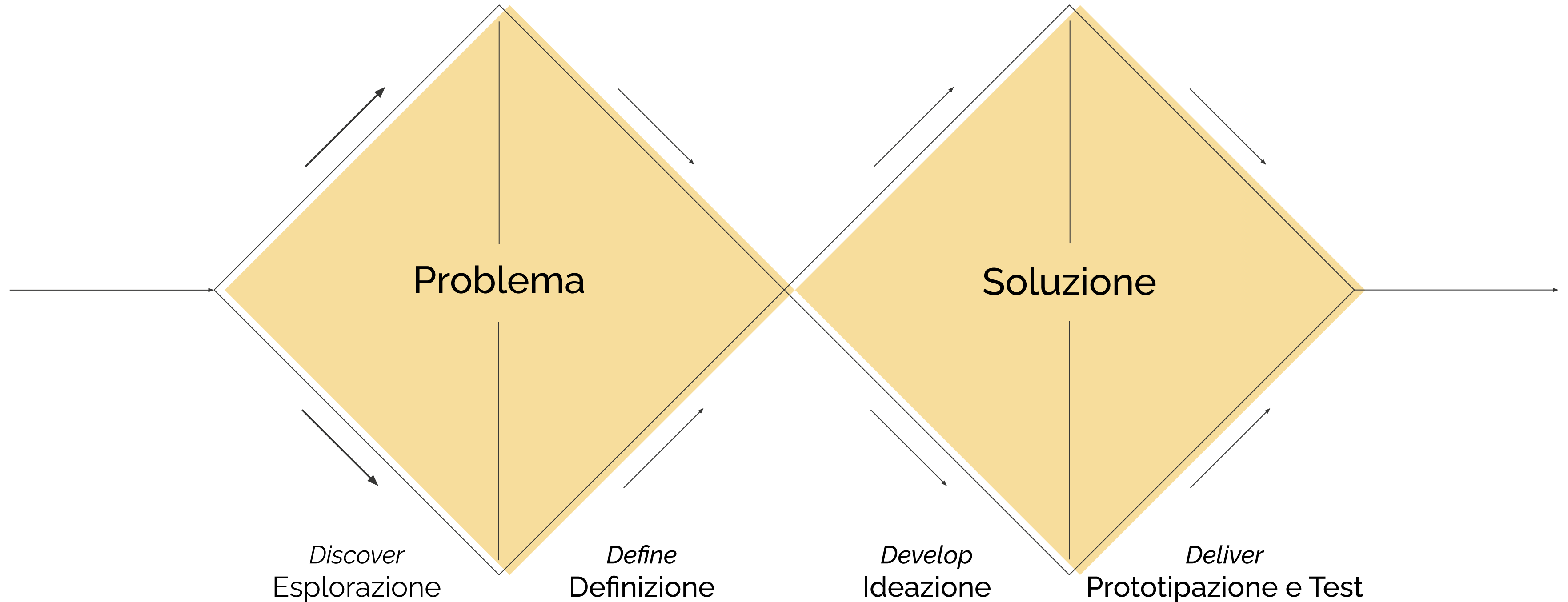
Interazione digitale

Le attività formative possono essere svolte in remoto, attraverso strumenti digitali collaborativi (es. MURAL), che riproducono la progettazione visuale e facilitano la co-progettazione.



La metodologia del Design Thinking

Processo



Punto di partenza



Premessa

Il lavoro è cambiato. I modi di lavorare spesso no.

Negli ultimi anni le organizzazioni stanno affrontando tre pressioni contemporanee:

- **Engagement in calo:** a livello globale, solo **il 21%** delle persone è ingaggiato nel proprio lavoro. [\(Gallup, State of the Global Workplace 2025\)](#);
- **Complessità crescente:** aumentano ambiguità, interdipendenze e velocità di cambiamento; servono nuovi modi per prendere decisioni e progettare soluzioni insieme [\(Deloitte, 2024 Global Human Capital Trends\)](#);
- **Tecnologia che corre:** il lavoro knowledge-based sta integrando rapidamente l'AI (il **75%** dei knowledge workers dichiara di usarla), ma senza un metodo condiviso il rischio è frammentazione e iniziative "a silos" [\(Microsoft, 2024 Work Trend Index Annual Report\)](#);

Quando **engagement, collaborazione e creatività** si indeboliscono, i **costi nascosti aumentano**: *rallentamenti, rework, attriti tra funzioni, decisioni poco informate.*



Come possiamo contribuire?

Un metodo condiviso per risolvere problemi reali (insieme)

Il **Design Thinking Lab** è un percorso esperienziale di trasferimento metodologico che aiuta l'organizzazione a:

- **Riattivare engagement:** rendendo collaboratori e collaboratrici protagonisti/e nella progettazione di soluzioni, non solo destinatari di cambiamenti decisi altrove;
- **Aumentare collaborazione tra funzioni:** creando un linguaggio comune (domande, step, strumenti) per lavorare insieme su sfide complesse;
- **Sbloccare creatività applicata:** trasformando insight e idee in prototipi e test rapidi, prima di investire tempo e budget;
- **Sviluppare pensiero critico:** migliorando il decision making, la capacità umana veramente insostituibile nell'era AI.

Non è “formazione”: è un **laboratorio** che crea nell'organizzazione un **nuovo metodo di lavorare e collaborare** nel quotidiano.





Design Thinking Lab

Trasferimento metodologico trasversale

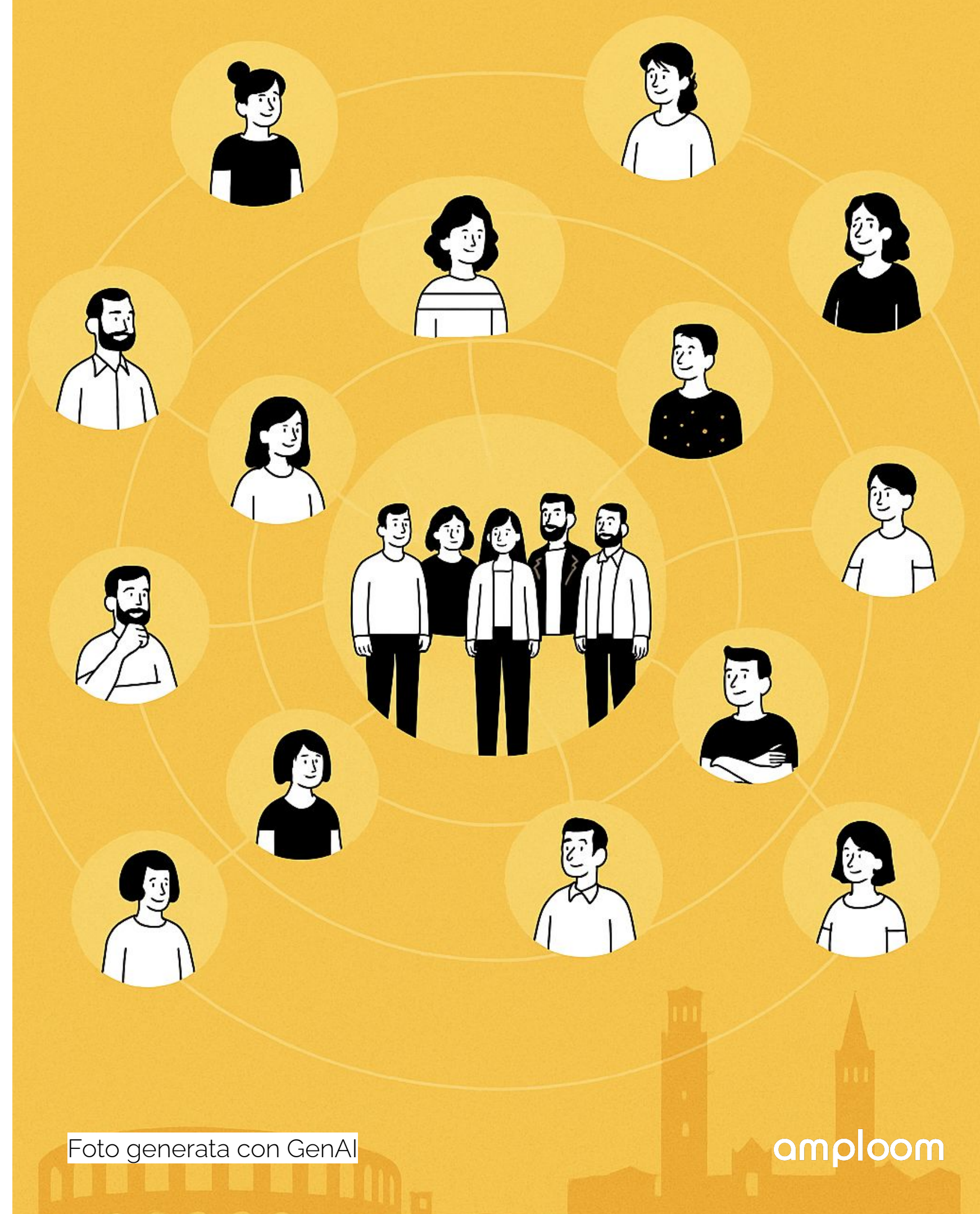
Design Thinking Lab

Concept

Design Thinking Lab è un progetto di trasferimento metodologico per diffondere la cultura progettuale all'interno dell'azienda.

Il percorso coinvolge le persone dotandole di **strumenti pratici** e di un **nuovo mindset** per approcciare il lavoro.

Il **gruppo di lavoro** selezionato si fa a sua volta **promotore** di questa metodologia, diventando un **punto di riferimento** di questa **trasformazione** per colleghi e colleghe.



Obiettivi formativi

Il percorso **Design Thinking Lab** trasmette ai partecipanti gli elementi del **Design Thinking** utili alla **progettazione di prodotti e servizi innovativi** oltre che trasmettere un **nuovo mindset**.

- ★ **Processo:** Il processo metodologico e le sue fasi operative
- ★ **Mindset:** Gli elementi del mindset progettuale e la loro concreta applicazione
- ★ **Strumenti:** Un kit di strumenti pratici e visuali, riutilizzabili nel lavoro quotidiano a seguito del percorso



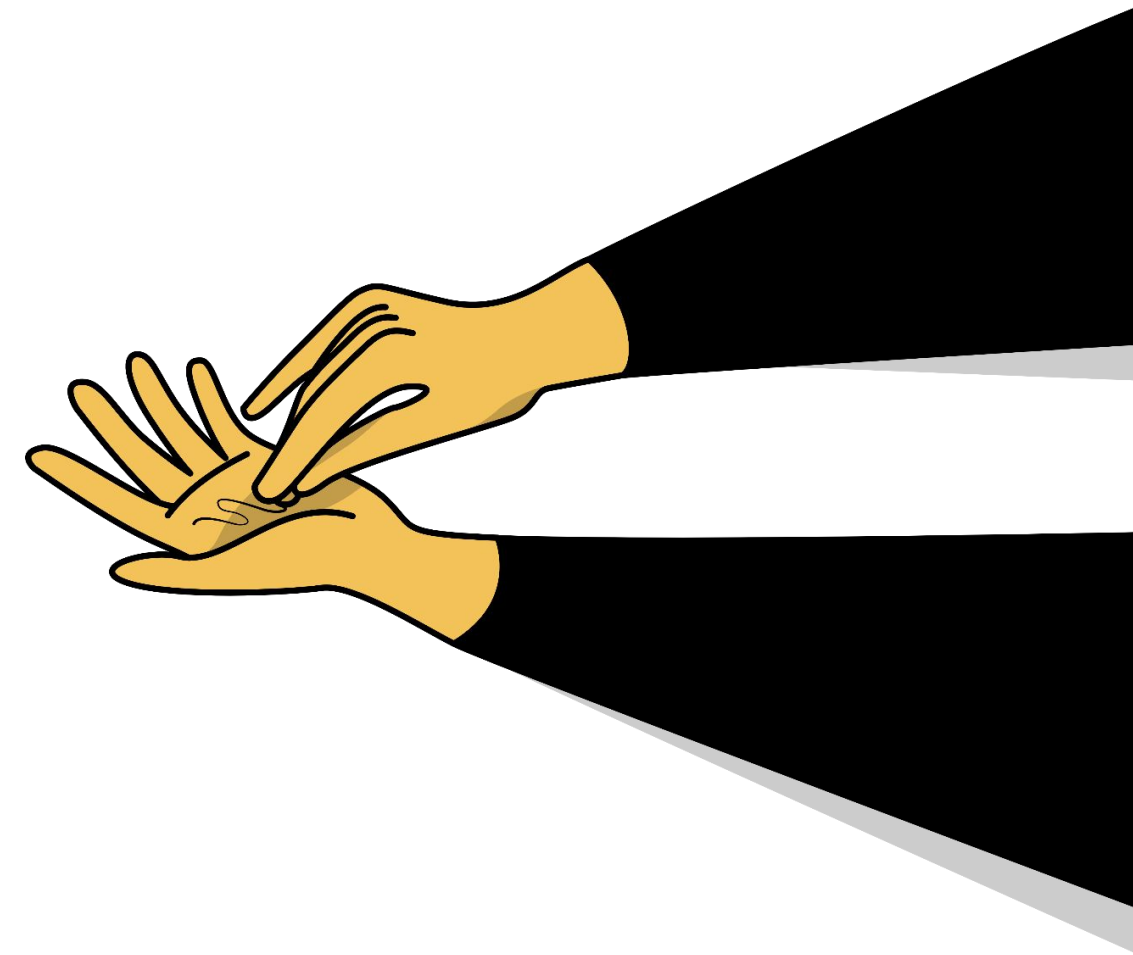
Approccio formativo

Crediamo in un approccio learning by doing.

Per questo motivo i vari incontri del percorso accompagnano le persone partecipanti in un'**esperienza immersiva**, nella quale vengono sperimentati gli strumenti forniti.

I partecipanti vengono quindi guidati nella **progettazione applicata** ad un **brief progettuale** attraverso un **lavoro in team** in modo da:

- ✦ evidenziare fin da subito i benefici che il metodo porta
- ✦ raccogliere le domande, i dubbi e le resistenze al cambiamento individuate nell'applicare quanto appreso nel proprio contesto abituale.



Come formare i gruppi di lavoro?

- ✦ Il Design Thinking Lab coinvolge nella progettazione **team di 5-6 persone**, in modo da assicurare il **coinvolgimento attivo** di tutti e tutte e uno **scambio e contaminazione reciproca**.
- ✦ Nel corso delle sessioni, i team di progetto verranno facilitati dagli **Amploomer**.
- ✦ I gruppi di lavoro saranno costruiti in modo da creare la **maggior diversità possibile** in termini di: **genere, funzione** (es. dipartimento, area, ecc.), **generazione, anzianità aziendale, ruolo, attitudine al cambiamento** (apertura vs. resistenza)



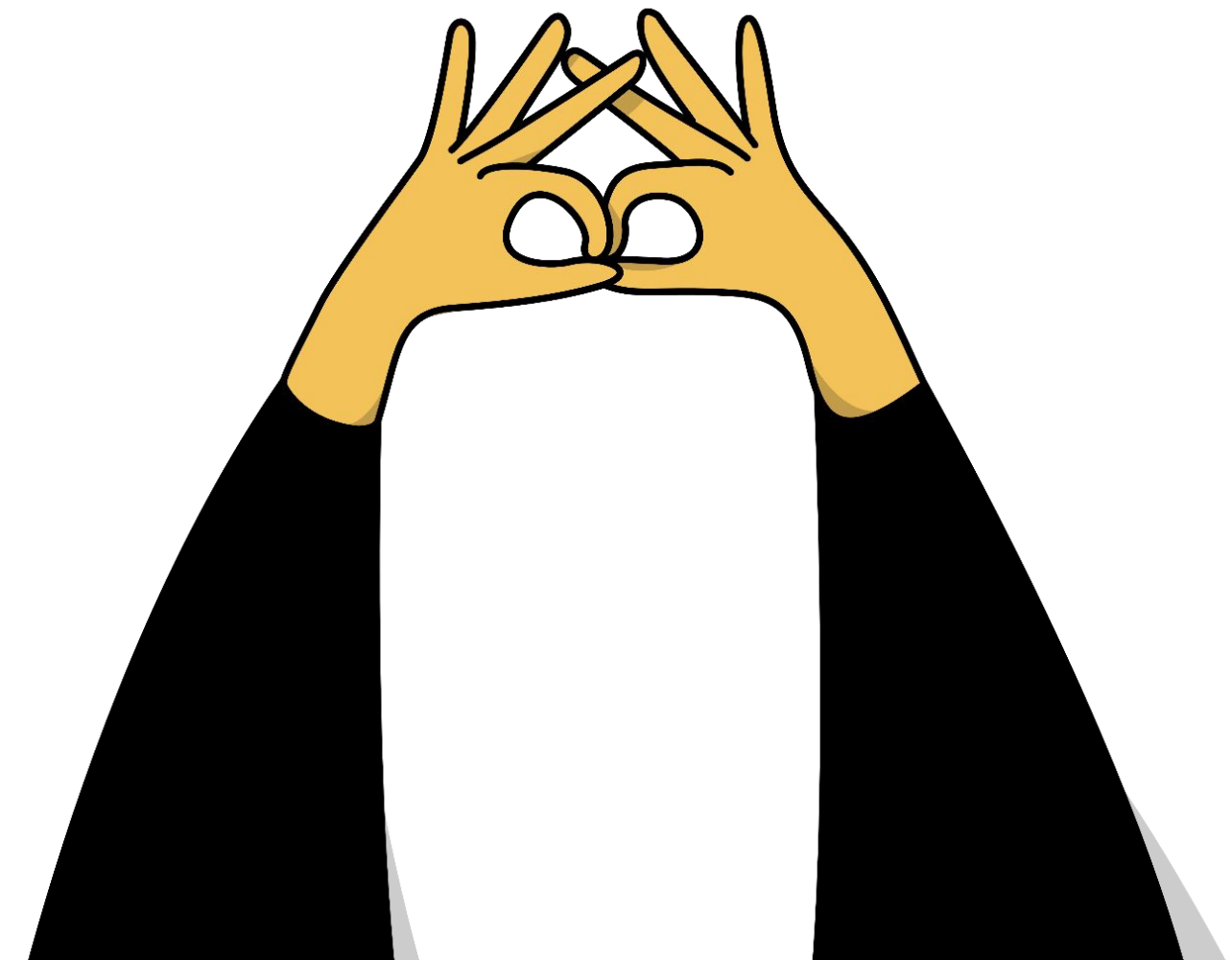
Sfide progettuali

Le sfide progettuali sono i **temi concreti** su cui i gruppi di lavoro applicheranno la **metodologia del Design Thinking** lungo tutto il percorso.

Una buona pratica di progetto è che la sfida rappresenti **un'area di miglioramento o innovazione rilevante**, che permetta alle persone partecipanti di **sperimentare gli strumenti progettuali in un contesto realistico**.

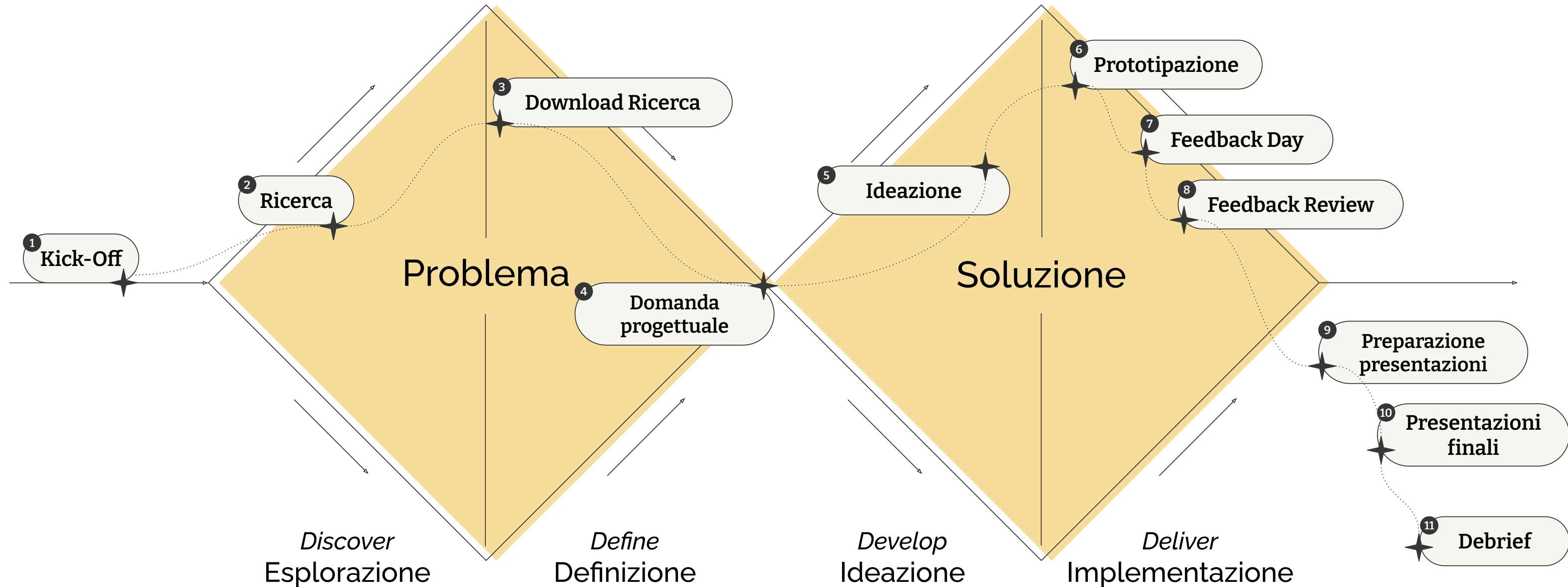
L'obiettivo delle sfide è duplice:

- ✦ rendere l'**apprendimento** immediatamente **pratico e applicabile**
- ✦ generare **proposte progettuali** che possono contribuire allo sviluppo dell'organizzazione.



Design Thinking Lab

Le tappe del percorso



Attori del progetto



Gruppo di lavoro

Le persone che verranno direttamente coinvolte nel percorso e diventeranno co-progettiste (numero da definire)



Gruppo esteso

Un numero maggiore di persone - tutta la popolazione aziendale potenzialmente - che parteciperà a dei momenti di condivisione



Sponsor del progetto

Una o più personalità influenti nell'organizzazione, con potere decisionale e ruolo di responsabilità, presente nelle tappe salienti del progetto.

1 Kick-off

Persone coinvolte: Gruppo di lavoro selezionato, Sponsor di progetto

Attività: Il **Kick-off** introduce il percorso, chiarendo **obiettivi, tappe e modalità di lavoro**.

Le persone capiscono **cosa faranno concretamente** nel Design Thinking Lab, qual è **l'impegno richiesto** e perché il progetto rappresenta un'occasione di crescita per loro e per l'azienda.

La presenza dello **Sponsor** rafforza l'importanza strategica dell'iniziativa e crea **allineamento** sin dall'inizio.

Durata: mezza giornata in presenza.

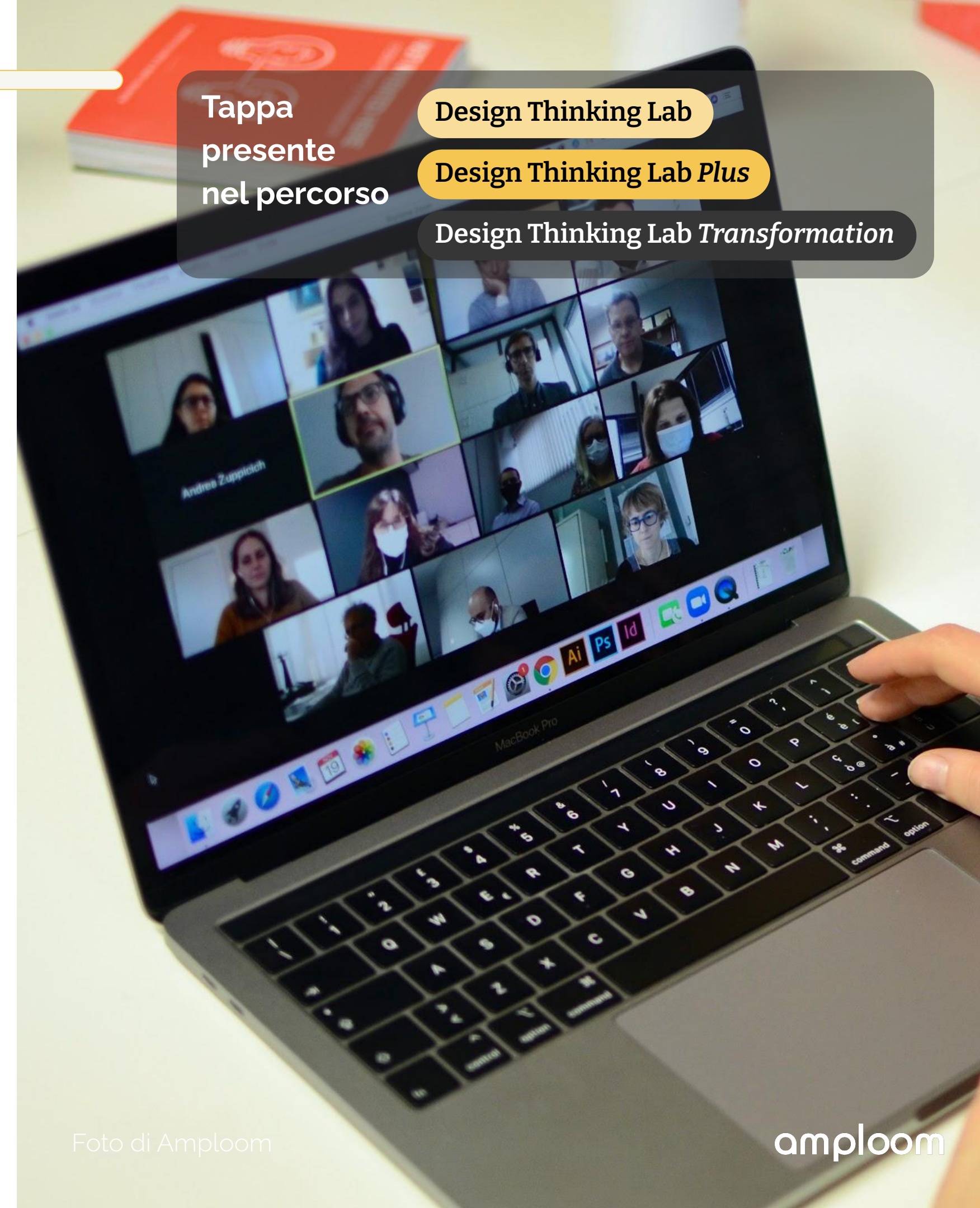
Strumenti utilizzati: Introduzione al **Design Thinking**, Presentazione del **percorso, Team Canvas**.

Tappa
presente
nel percorso

Design Thinking Lab

Design Thinking Lab *Plus*

Design Thinking Lab *Transformation*



2 Ricerca

Persone coinvolte: Gruppo di lavoro selezionato

Attività: La sessione introduce in modo semplice e guidato come si svolge una **ricerca orientata alle persone**.

I partecipanti imparano a **osservare** e **ascoltare** utenti e stakeholder, così da raccogliere **informazioni reali** utili a lavorare sui brief.

Dopo la sessione, ciascun team svolgerà alcune **interviste** in autonomia.

Durata: mezza giornata in presenza.

Strumenti utilizzati: Interviste qualitative, Interview Guide, Research Planning, Stakeholder Map.

Tappa
presente
nel percorso

Design Thinking Lab

Design Thinking Lab *Plus*

Design Thinking Lab *Transformation*

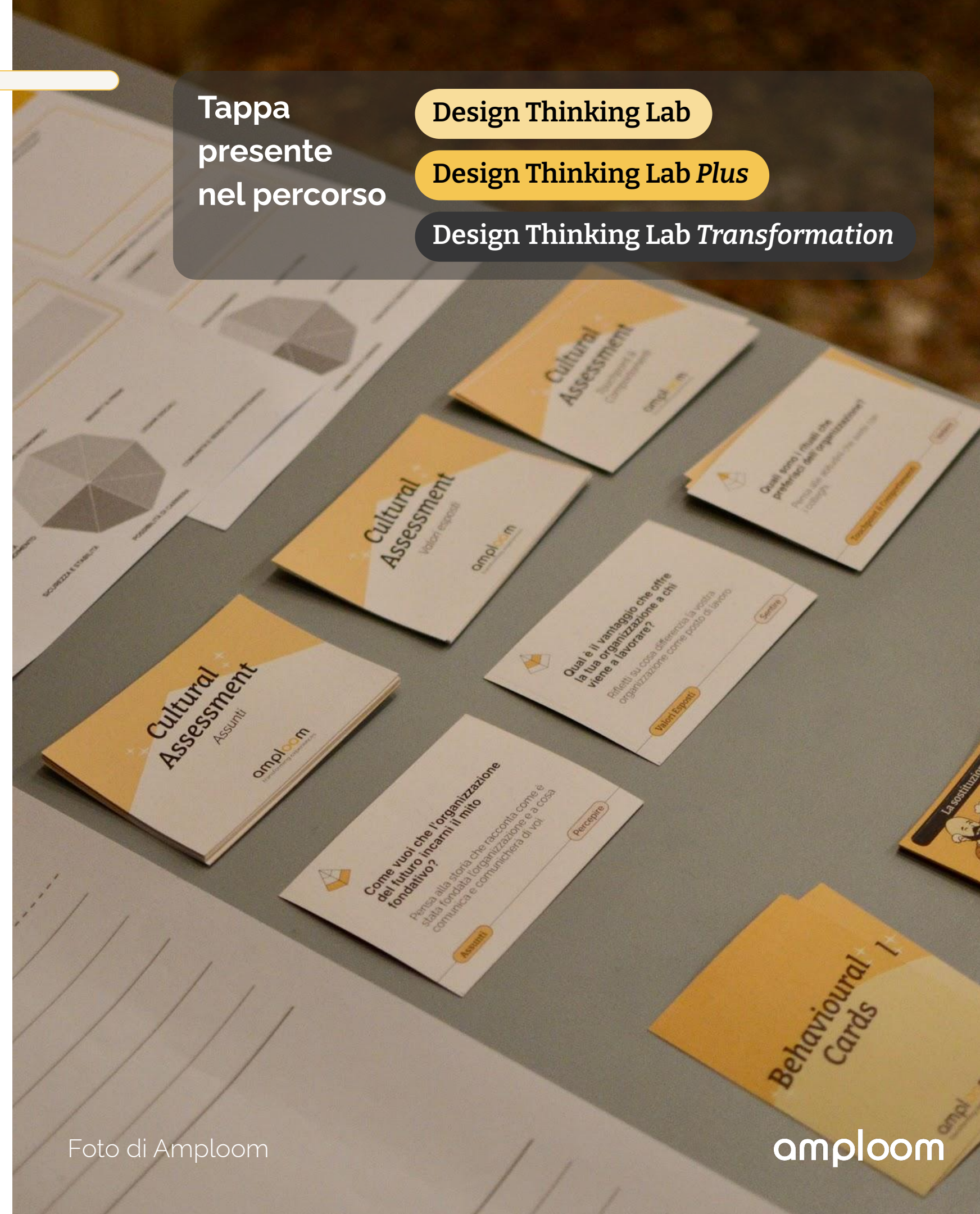


Foto di Amploom

amploom

3 Download Ricerca

Persone coinvolte: Gruppo di lavoro selezionato

Attività: Dopo aver svolto le interviste, i team analizzano ciò che hanno raccolto: **bisogni, aspettative, problemi ricorrenti**.

È il momento in cui le idee diventano chiare e prendono forma i primi **ritratti tipo** delle persone coinvolte nei servizi (**Personas**).

Questo passaggio rende il lavoro molto **concreto** e **orientato alla realtà**.

Durata: mezza giornata in presenza.

Strumenti utilizzati: Insight Mapping, Sintesi visuali, Personas.

Tappa
presente
nel percorso

Design Thinking Lab

Design Thinking Lab *Plus*

Design Thinking Lab *Transformation*



4 Domanda progettuale

Persone coinvolte: Gruppo di lavoro selezionato

Attività: Il team decidono su quale **sfida specifica** concentrarsi e la formulano sotto forma di "domanda progettuale".

Partendo dalle Personas, definiscono il punto esatto su cui lavorare: una **domanda chiara** che guiderà tutta l'ideazione successiva.

È un momento di **scelta** e **allineamento**, fondamentale per ottenere progetti solidi e mirati.

Durata: mezza giornata in presenza.

Strumenti utilizzati: Definizione della sfida, 'How Might We' Question, Case studies.

Tappa
presente
nel percorso

Design Thinking Lab

Design Thinking Lab *Plus*

Design Thinking Lab *Transformation*

5 Ideazione

Persone coinvolte: Gruppo di lavoro selezionato

Attività: È la fase **creativa** del progetto. I team generano molte **proposte**, partendo dalla loro domanda di design, e selezionano quelle più **promettenti**. Alla fine della giornata, ogni team produce una prima versione strutturata della propria **idea**.

Durata: una giornata in presenza.

Strumenti utilizzati: Tecniche di **brainstorming**, **Italian Matrix**, **Concept Poster**.

Tappa
presente
nel percorso

Design Thinking Lab

Design Thinking Lab *Plus*

Design Thinking Lab *Transformation*

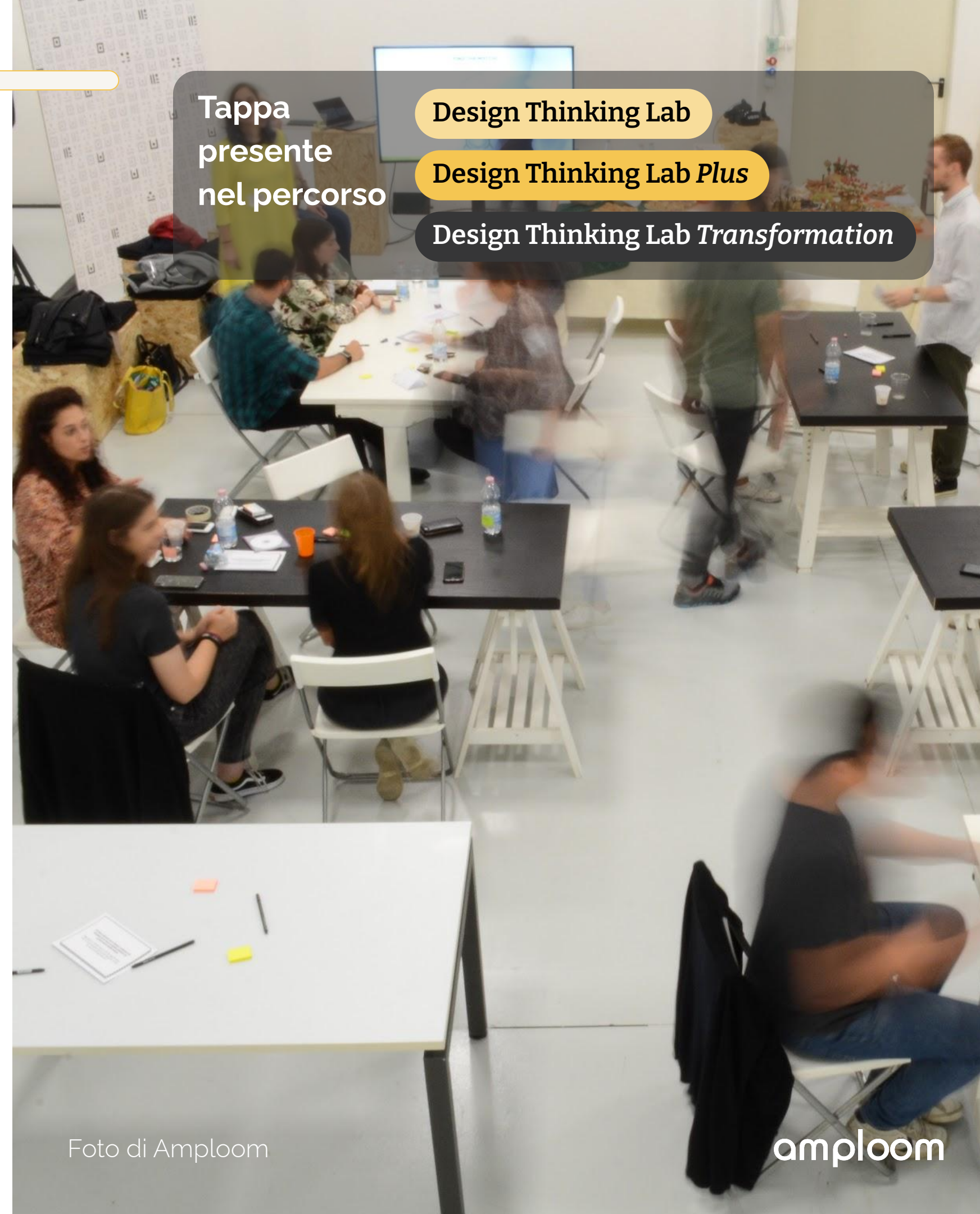


Foto di Amploom

amploom

6 Prototipazione

Persone coinvolte: Gruppo di lavoro selezionato

Attività: I team trasformano la loro idea in qualcosa di **tangibile**: un **prototipo** semplice e immediato che permette di vedere come funzionerebbe la soluzione e fare un test con i possibili utenti al Feedback Day. Non è ancora il progetto finale, ma una rappresentazione che aiuta a **visualizzare l'esperienza**.

Durata: mezza giornata in presenza.

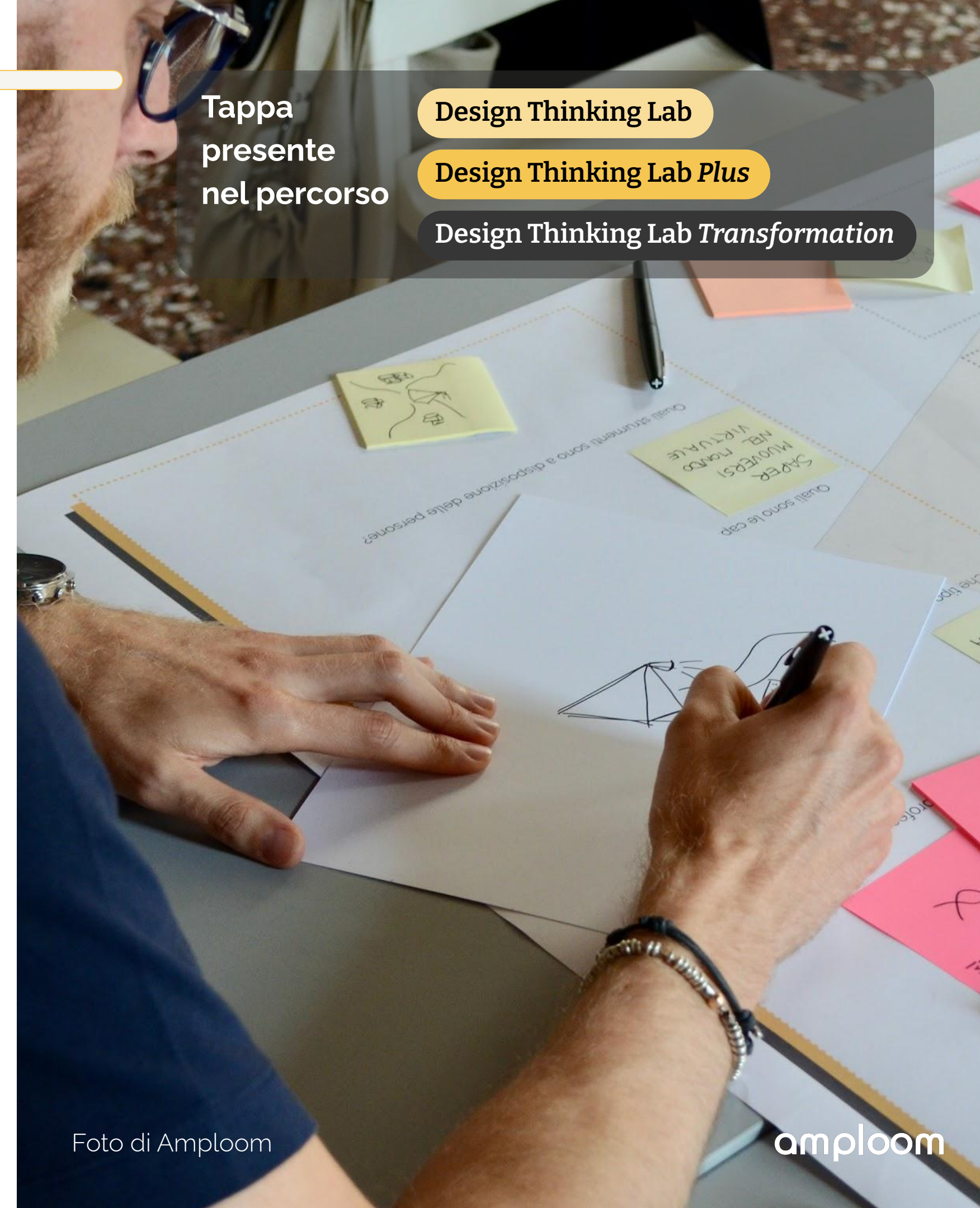
Strumenti utilizzati: Low-fidelity prototype, Storyboard, Test card.

Tappa
presente
nel percorso

Design Thinking Lab

Design Thinking Lab Plus

Design Thinking Lab Transformation



7 Feedback Day

Persone coinvolte: Gruppo di lavoro selezionato, gruppo esteso, Sponsor di progetto

Attività: I team presentano le loro soluzioni ai colleghi e colleghe dell'azienda per raccogliere **osservazioni utili** a migliorarle.

È uno dei momenti più **importanti** del percorso: crea **coinvolgimento, curiosità** e rende visibile la **trasformazione** in atto.

Durata: mezza giornata in presenza.

Strumenti utilizzati: Presentazione del **prototipo**, Raccolta **feedback** strutturata, **Valutazioni** qualitative.

Tappa
presente
nel percorso

Design Thinking Lab

Design Thinking Lab *Plus*

Design Thinking Lab *Transformation*



Foto di Amploom

amploom

8 Feedback Review

Persone coinvolte: Gruppo di lavoro selezionato

Attività: Dopo aver raccolto **feedback**, i team rielaborano le loro **proposte**, **rafforzandole** e chiarendo i punti ancora incerti.

Questa fase aiuta a lavorare con un approccio **iterativo**: provare, ascoltare, migliorare.

Durata: mezza giornata in presenza.

Strumenti utilizzati: Revisione **prototipi**, Sintesi del **feedback**, **Iterazione** progettuale.

Tappa
presente
nel percorso

Design Thinking Lab

Design Thinking Lab *Plus*

Design Thinking Lab *Transformation*



9 Preparazione presentazioni

Persone coinvolte: Gruppo di lavoro selezionato

Attività: I team ricevono una **formazione** su come realizzare la presentazione (**Presentation design**) e su come presentarla (**Public speaking**).

Sulla base delle linee guida, i team preparano il loro **pitch**, ossia una presentazione breve e incisiva per mostrare la validità, l'efficacia e la proposta di valore del loro progetto.

Durata: mezza giornata in presenza.

Strumenti utilizzati: Linee guida per il **pitch**, elementi di **Presentation design**, **Coaching** alla presentazione.

Tappa
presente
nel percorso

Design Thinking Lab

Design Thinking Lab Plus

Design Thinking Lab *Transformation*

10 Presentazioni finali

Persone coinvolte: Gruppo di lavoro selezionato, Gruppo esteso, Sponsor di progetto

Attività: I team presentano i loro progetti di fronte a una **platea composta da colleghi e colleghe**.
La presenza dello **sponsor di progetto** costituisce inoltre un importante **momento di riconoscimento** per il lavoro svolto e per **promuovere** la **trasformazione** in corso nell'azienda.

Durata: mezza giornata in presenza.

Strumenti utilizzati: **Pitch finale**, Raccolta **osservazioni**, Condivisione degli **apprendimenti**.

Tappa
presente
nel percorso

Design Thinking Lab

Design Thinking Lab Plus

Design Thinking Lab Transformation



Foto di Amploom

amploom

11 Debrief finale

Persone coinvolte: Gruppo di lavoro selezionato

Attività: Il **Debrief Finale** è il momento in cui i team guardano all'intero percorso e riflettono su ciò che hanno imparato.

Si raccolgono gli **apprendimenti principali**, si identificano gli elementi del metodo che possono essere **portati nella quotidianità** e si condividono le leve utili per sostenere la **trasformazione culturale** avviata dal progetto.

È anche uno spazio per valorizzare il contributo delle persone e consolidare la **consapevolezza del nuovo mindset** acquisito.

Durata: mezza giornata in presenza.

Strumenti utilizzati: Retrospettiva guidata, Raccolta degli apprendimenti chiave, Change Action Plan.

Tappa
presente
nel percorso

Design Thinking Lab

Design Thinking Lab *Plus*

Design Thinking Lab *Transformation*



Foto di Amploom

amploom

Percorsi e sessioni

Design Thinking Lab

Percorsi Design Thinking Lab

	Kick-off Mezza giornata	Ricerca Mezza giornata	Download ricerca Mezza giornata	Definizione Mezza giornata	Ideazione Una giornata	Prototipa- zione Mezza giornata	Feedback Day Mezza giornata	Feedback Review Mezza giornata	Preparazione presentazioni Mezza giornata	Presentazioni finali Mezza giornata	Debrief finale Mezza giornata
Design Thinking Lab											
Design Thinking Lab Plus											
Design Thinking Lab Transformation											

Percorsi Design Thinking Lab

Design Thinking Lab

Il percorso base include:

- **Kick-Off**
- **Percorso di Design Thinking**
Ricerca, Download Ricerca, Domanda progettuale, Ideazione, Prototipazione
- **Debrief finale**

Sceglilo se...

Vuoi portare una prima sperimentazione di Design Thinking in azienda

Design Thinking Lab Plus

Come Design Thinking Lab, più:

- **Feedback Day**
Sessione di coinvolgimento del Gruppo Esteso per la revisione collettiva dei progetti
- **Feedback Review**
Sessione progettuale dove il Gruppo di lavoro integra nel progetto i feedback del Gruppo Esteso raccolti al Feedback Day

Sceglilo se...

Vuoi iniziare a diffondere la cultura progettuale del Design Thinking su una scala organizzativa più larga.

Design Thinking Lab Transformation

Come Design Thinking Lab Plus, più:

- **Preparazione presentazioni**
Sessione di formazione su presentation design e public speaking per preparare le presentazioni finali arricchite dai feedback del Gruppo Esteso
- **Presentazioni finali**
Sessione di coinvolgimento del Gruppo Esteso per la presentazione dei progetti finali.

Sceglilo se...

L'organizzazione è pronta a una profonda trasformazione dell'approccio di lavoro, con dei chiari ambassador del cambiamento.

Casi studio

Progetti e impatto

Punto Impresa Digitale UnionCamere Veneto



Un percorso ibrido di trasferimento di competenze di progettazione per facilitare l'adozione di pratiche sostenibili e digitali all'interno delle micro e piccole imprese.

PID (Punto Impresa Digitale) è un **progetto multi-stakeholder** che coinvolge le Università, Camere di Commercio, micro-imprese e PMI del Veneto per sostenere la trasformazione digitale aziendale.

Settore azienda: Ente pubblico del sistema camerale

Servizi Amploom:

Design Thinking

Open Innovation

Persone coinvolte:

+150 micro-imprese e PMI venete, 3 Atenei (UnIVE, UniPD, UniVR), 4 Camere di Commercio

+150

micro-imprese e PMI venete coinvolte

+200

partecipanti

31

progetti di trasformazione

Sfida di partenza

- ★ Accompagnare le **PMI venete** nella **twin transition digitale e sostenibile**
- ★ Trasferire **competenze** e **strumenti progettuali** realmente utili alle persone in azienda
- ★ Creare un **modello di apprendimento condiviso** tra **imprese, università** e **Camere di Commercio**

Strategia

- ★ **Percorso ibrido** di **co-design** con **sessioni online** e **in presenza** su sfide di trasformazione
- ★ Utilizzo di **casi aziendali fittizi** per apprendere in modo **pratico metodi** e **strumenti** di **Design Thinking**
- ★ **Facilitazione continua** con l'obiettivo di trasferire **metodo progettuale** e favorire collaborazione tra PMI

Risultato

- ★ **+30 iniziative** di **trasformazione** progettate dai team aziendali lungo il percorso
- ★ **Metodo progettuale acquisito** e **riportabile nelle singole PMI** per supportare la twin transition
- ★ Maggiore **scambio di conoscenze** e **nuove relazioni** di **collaborazione** tra le aziende partecipanti



Un percorso di trasformazione organizzativa intergenerazionale dove la popolazione under 35 viene abilitata a creare l'organizzazione di domani.

MOVE è un progetto **multi-stakeholder** dove gli **under 35** sono stati chiamati a lavorare su delle **sfide aziendali interne ed esterne**, al fine di presentarle alla **direzione** di Emil Banca e generare un **cambiamento organizzativo** tangibile.

Settore azienda: Bancario

Servizi Amploom:

Design Thinking

Open Innovation

Persone coinvolte:

120 under 35, 4 referenti HR, 13 direttori

+ 80

candidature volontarie al gruppo operativo

+ 50

ore di co-design workshop

+ 6

progetti innovativi consegnati alla direzione

Sfida di partenza

- ✦ **Coinvolgere i collaboratori under 35** nella costruzione del futuro aziendale
- ✦ Trovare modalità innovative per **attrarre e ingaggiare clienti, soci e giovani collaboratori**
- ✦ Creare un'occasione formativa per trasferire **nuove competenze** ai giovani collaboratori

Strategia

- ✦ Avvio di un **percorso di co-design** (MOVE) con 12 tappe e più livelli di coinvolgimento
- ✦ Selezione di un **gruppo operativo** eterogeneo di 30 giovani tramite **candidatura spontanea**
- ✦ Percorso Design Thinking (**10 giornate intensive**) con **feedback loop, mentori e direzione**

Risultato

- ✦ **6 progetti innovativi** consegnati alla direzione e valutati per realizzazione
- ✦ Acquisizione di **competenze di Design Thinking** e nuovi strumenti di innovazione
- ✦ Maggior senso di **engagement** e **riconoscimento** per i giovani talenti coinvolti



Trasformazione del Modello Operativo Fastweb



Caso studio su
amploom.com

Percorso di trasformazione organizzativa creando un nuovo modello operativo dell'area PD&D e introducendo gli approcci di Design Thinking & Service Design.

Abbiamo lavorato con l'area **Product Design & Delivery** per trasformare il **modello operativo** di **sviluppo di soluzioni digitali**. Il percorso articolato ha previsto il supporto al **management** nella **costruzione del modello**, l'**introduzione di Design Thinking & Service Design** e il **trasferimento** a tutto il dipartimento di un **mindset human-centered e prototipale**.

Settore azienda: Telecomunicazioni

Servizi Amploom:

Employee Experience Design

Organizational Culture Design

Persone coinvolte:

6 manager, 60 persone attivamente coinvolte, 320 persone parzialmente coinvolte, 2 referenti HR

400 persone attivamente coinvolte

1 nuovo modello di lavoro

∞ Diffusione perenne del metodo progettuale

Sfida di partenza



- ✦ Rivedere il **modello operativo** del dipartimento **PD&D** per renderlo più **efficace**
- ✦ Introdurre **metodologie innovative** di **Design Thinking & Service Design**
- ✦ Diffondere un **mindset progettuale** centrato sull'**utente** e sull'**agilità**

Strategia

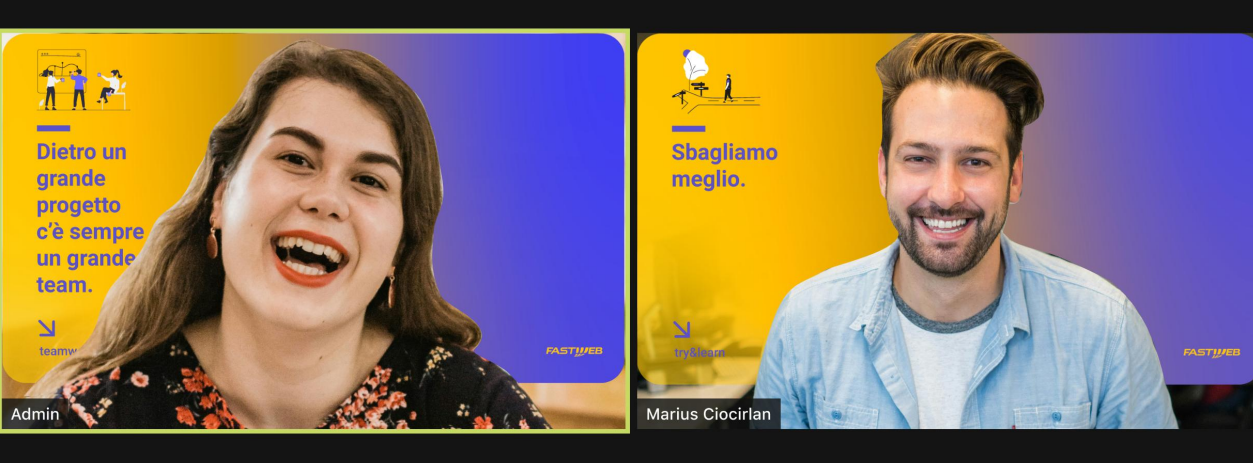
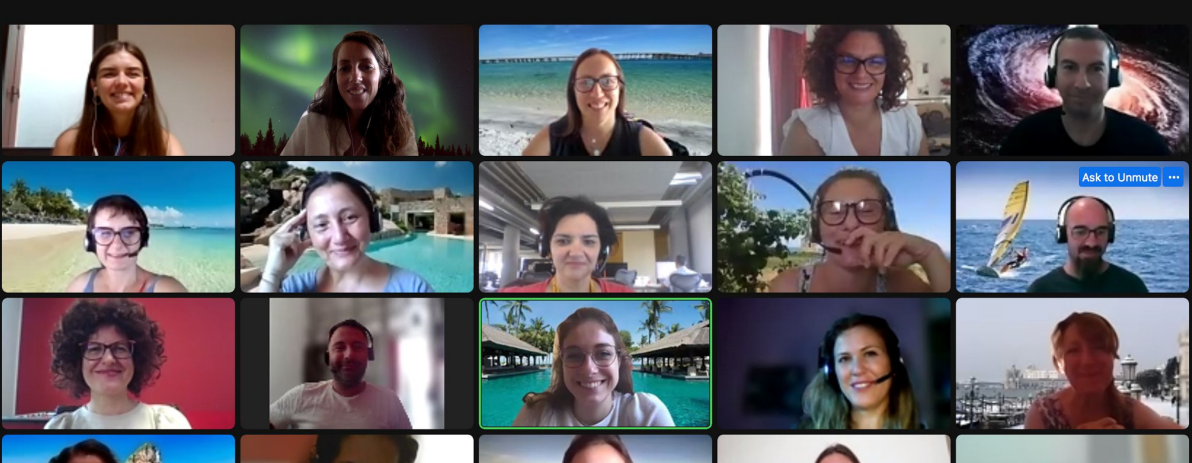


- ✦ Percorso articolato in più **fasi: formazione manager, revisione modello, training operativo**
- ✦ **Coinvolgimento progressivo** di oltre **400 persone** con **workshop, wave formative** e **webinar**
- ✦ Creazione di **supporti digitali** e **sessioni di "train the trainer"** per favorire **adozione** e **cascading**

Risultato



- ✦ Nuovo **modello operativo utente-centrico** e orientato alla **progettazione agile**
- ✦ Diffusione del **nuovo mindset progettuale** in **tutta l'area PD&D** e **altre business unit**
- ✦ **Inserimento del Design Thinking** nella **Fastweb Digital Academy** con partecipanti diventati **formatori**



Pensieri stupendi

Cosa dicono di noi i nostri clienti

Pensieri stupendi

Cosa dicono di noi i nostri clienti



Giuliana Braido

Responsabile Direzione Identità



Michele Stripoli

Manager of Technical Customer Journey



“L'incontro con Amploom, e in particolare con i suoi 'Amploomers', è stata un'**importante occasione di crescita** sia a livello **personale** che **aziendale**. Avevamo l'obiettivo di rendere la nostra organizzazione più **attraattiva** e **coinvolgente**, soprattutto per i collaboratori più **giovani**, e Amploom ci ha supportato attivamente nel dare **voce** e **protagonismo** ai nostri **under 35**. Grazie a **processi culturali e trasformativi**, siamo riusciti a creare un'**energia nuova e positiva**, che ancora oggi, a distanza di tempo, continua a essere **palpabile**.”



“L'obiettivo era cogliere l'essenza del design thinking, osservare da **altre prospettive**, imparare a **generare idee nuove** ma anche a lasciarle andare, assecondando l'**ascolto autentico**. Tutto attraverso un processo fondato su **valori chiari** e **deliverables concreti**. Centrato. Bonus track: abbiamo imparato a conoscerci e a **lavorare meglio meglio insieme**.”

Pensieri stupendi

Cosa dicono di noi i nostri clienti



Elena Bertinato
HR Manager



Giuseppe Roberti
R&D Director Italy BU



Il progetto sui valori fondanti di Axera, sviluppato insieme ad Amploom, ha rappresentato un momento chiave nel nostro percorso di **evoluzione culturale**.

Attraverso un approccio inclusivo e partecipativo, che ha coinvolto tutta la popolazione aziendale, direzione e proprietà comprese, siamo arrivati a costruire un **modello culturale** autentico e condiviso, e a definire il nostro **sistema di valori**.

Ascolto, partecipazione, condivisione, coinvolgimento, presa di consapevolezza sono le parole chiave che descrivo questo percorso.

Amploom per Axera è stato un vero **facilitatore di cambiamento**, capace di accompagnarci con competenza, sensibilità e una grande capacità di lettura dell'organizzazione.

Curiosità, empatia e sensemaking sono le parole che mi vengono in mente quando ripenso al primo incontro che ho avuto con Amploom. Da quel momento è stato un susseguirsi di **esperienze** all'insegna dell'**innovazione** e della **contaminazione reciproca**. In Amploom nulla accade per caso, i **percorsi progettuali** proposti sono sempre **ben strutturati** e pensati per arrivare ad un **risultato concreto e misurabile**. L'opportunità di avere la preziosa consulenza di Amploom su diversi progetti ci ha permesso di **mettere a fuoco gli obiettivi** ed **apprendere nuove metodologie** di lavoro in grado di stimolare il potenziale inespresso del team coinvolto.

Pensieri stupendi

Cosa dicono di noi i nostri clienti



Francesca Ravaglia

HR Business Partner



Alberto Guiotto

Founding Partner & Head of Advisory



Lavorare con Amploom è stato **utile** e **stimolante**, oltre che **divertente**!

Il team di Amploom si è reso da subito disponibile ed attento a **comprendere la nostra esigenza** ed impostare un **lavoro personalizzato** su di noi. Il giusto mix tra **loro expertise** e **nostro need specifico**!

Grazie a loro siamo riusciti a far emergere **idee e riflessioni strategiche** per il nostro **Piano Industriale**, sapendo alternare attività ludiche che hanno aiutato a fare teambuilding. Quindi obiettivo centrato!

E poi che dire, sono tutte persone simpatiche e molto solari, mettono tutti di **buon umore** 😊



Da molti mesi Amploom è un insostituibile punto di riferimento nel **percorso di crescita** del nostro dipartimento Advisory. Grazie all'approfondimento del **Design Thinking** e al **mindset** che abbiamo acquisito, concetti che prima trascuravamo come la **co-progettazione**, lo studio delle **Personas**, il **Service Design** e lo **Storytelling** sono ora diventati **elementi centrali della nostra offerta ai clienti**.

Serena Leonardi

serena@amploom.com

+39 3408027159

Amploom Srl

Viale Bassani, 87/E

36016 Thiene (VI)

P.IVA e C.F. 04577640248

amploom
transforming experiences

Il nostro sito

amploom.com



LinkedIn

[Amploom](#)

