



# COME PROMUOVERE UN'AVVENTURA

HERO MASTER

Un'avventura rappresenta ciascuna delle iterazioni del viaggio di **"The Hero Plan"** in cui una o più squadre combattono per superare le sfide di una organizzazione.

## PROMOTORE

**Il promotore di un'avventura all'interno di un'organizzazione è:**

- ⊙ Un professionista in continua evoluzione e costante cambiamento.
- ⊙ Con accesso a sfide multi-area da risolvere.
- ⊙ Con capacità di coinvolgere persone di diverse aree.
- ⊙ Con sufficiente capacità di investimento in termini di tempo e denaro, direttamente o indirettamente.
- ⊙ Che conosce o ha provato altri metodi e ha bisogno di qualcosa in più.

**Responsabili delle risorse umane e Direttori Generali o di Innovazione** sono i ruoli che possono soddisfare il suddetto profilo.

Il promotore non deve necessariamente coincidere con la figura di Guardiano.





# ARGOMENTAZIONI PER IL PROMOTORE

## SFIDE CRITICHE

Si affrontano sfide allineate con la strategia dell'organizzazione.

## RISULTATI REALI

Si ottengono, in tempi record, proposte con le quali superare le sfide selezionate, non idee.

Proposte attuabili e testate con clienti reali dei quali si acquisiscono informazioni tangibili e misurabili con cui decidere quantitativamente se si scommette o meno.

## INVESTIMENTO MINIMO

8 settimane con un investimento del 20-25% della giornata lavorativa dei partecipanti o non più di 6 giorni con un investimento del 100%.

Non è richiesto un budget aggiuntivo per l'attrezzatura.

## SENZA DISTURBARE

Non vengono alterati struttura e processi dell'attuale organizzazione. Viene temporaneamente abilitato un Territorio Fighting con le regole e i processi necessari per innovare.

I partecipanti non abbandonano le proprie responsabilità in atto. Combattono per superare le sfide temporaneamente e solo durante il tempo che l'organizzazione gli concede.

## IMPULSO DELL'ORGANIZZAZIONE

Vengono massimizzati il riconoscimento, il senso di appartenenza e l'impegno.

Sviluppo e contagio volontario e naturale della cultura Fighting.



# PUNTI CHIAVE DI UN'AVVENTURA

## SQUADRA FIGHTING

**Fino a cinque squadre per ogni avventura.**

**Le squadre sono formate da non più di cinque membri di aree diverse** per favorire la collaborazione e l'accesso a una conoscenza globale del contesto, del cliente e della sua situazione.

## SFIDE

**Una sfida per ogni squadra.** È possibile assegnare la stessa sfida a più squadra, se è critica e si desidera ottenere più di una proposta in una stessa avventura.

## SESSIONI DI LAVORO

**Tutte le sessioni di lavoro associate al viaggio possono essere completate in maniera delocalizzata**, tranne "L'incontro con il Maestro" e "La prova finale".

**Prima dell'inizio di un'avventura deve essere disponibile un calendario dettagliato delle attività** con la descrizione di data, durata, partecipanti, obiettivi e risultati previsti di ciascuna di esse.

## PUNTI DI CONTROLLO

**Un Hero Master condurrà sessioni periodiche di controllo e retrospettiva** per verificare i progressi e facilitare la risoluzione di problemi. Le sessioni saranno private per ogni squadra.

## CONSEGNE

**Video settimanale, di meno di 3 minuti per gruppo**, per condividere i progressi realizzati, le lezioni apprese e i passi successivi.

**Riepilogo esecutivo** con descrizione della proposta e delle metriche.

**Presentazione finale di 15-20 minuti.**




# TIPOLOGIE DI AVVENTURE

## AVVENTURA AZIENDALE

Consigliato ai Fighters di tutte le aree di un'azienda.

### Itinerario completo

 **Durata:** 8-10 settimane consecutive.

 **Tempo da dedicare:** 20-25% della giornata lavorativa.

 **Punti di controllo:** settimanali.

## AVVENTURA ESECUTIVA

Consigliato a chi riveste posizioni di responsabilità, ai singoli professionisti e per affrontare sfide che richiedono una risposta immediata.

### Prima parte, fino a “Il grande salto”

 **Durata:** non più di 6 giorni consecutivi o in due blocchi di tre giorni su due settimane consecutive.

 **Tempo da dedicare:** 100% della giornata lavorativa.

 **Punti di controllo:** giornalieri.

 **Consegna parziale:** Test Reports con cui testare tutte le ipotesi che danno forma alle proposte progettate.

### Seconda parte, il resto del viaggio

 **Durata:** 2-4 settimane aggiuntive.

 **Tempo da dedicare:** su richiesta, in base ai test da eseguire.

 **Punti di controllo:** settimanali.