**Caso di studio:**

**Virgin Atlantic — spina di pesce da miliardi di dollari**

|  |  |
| --- | --- |
| **Parole chiave (meta tag)** | Virgin, compagnie aeree, innovazione, visione |
| **Fornito da** | Internet Web Solutions |
| **Lingua** | Italiano |
| **Caso di studio** | |
| Desideroso di migliorare gli spazi di volo premium della compagnia, il magnate della Virgin Richard Branson ha interpellato un esercito di progettisti su proposte di revisione per mantenere un vantaggio sulla concorrenza. Nonostante abbiano ricevuto una vasta gamma di proposte, i vertici della Virgin non erano del tutto convinti, così hanno deciso di dare un'opportunità a uno dei suoi giovani dipendenti, Joe Ferry, che ha ripetutamente affermato di avere una soluzione.  Incaricato di un compito così importante per la sua carriera, Ferry ricevette libertà e una grande quantità di risorse per soddisfare la fiducia riposta in lui. I risultati non tardarono ad arrivare: la caratteristica disposizione a spina di pesce delle suite Virgin.  Queste suite sono state accolte con entusiasmo da questa fascia di clienti spendaccioni, il che si è tradotto in un grande impulso al prestigio del marchio e ai suoi ricavi. Ma soprattutto, è stata una mossa agile e audace che ha permesso a Virgin di rimanere al passo con la concorrenza, stabilendo un nuovo standard che sarebbe durato anni.  Quando si parla di focolai di nuove idee e prodotti, si tende a pensare a start-up agili e veloci, spesso trascurando i talenti che già lavorano all'interno dell'azienda. Ironia della sorte, è proprio per questo che gli intrapreneurs brillano: possono essere ascoltati, gestiti e riforniti più facilmente, oltre a essere già impegnati con l'organizzazione e i suoi valori. | |
| **Riferimento** | <https://www.inteliment.com/ceo-corner/heres-why-i-am-a-big-fan-of-intrapreneurship/> |