

AREA DI INNOVAZIONE	TIPO DI INNOVAZIONE	SPIEGAZIONE	RESPONSABILITÀ SOCIALE
BUSINESS	<i>Modello di business</i>	Attività che generano profitto	Identificare nuove opportunità di business basate sulla responsabilità sociale
	<i>Alleanze</i>	Partner, fornitori, networks, etc.	Identificare possibili stakeholders, associazioni, ONG con cui collaborare
	<i>Organizzazione</i>	Struttura e incentivi: chi fa che cosa e come viene premiato	Esternalizzazione e delocalizzazione responsabile, sistemi di incentivi per i lavoratori
PROCESSO	<i>Processi "core"</i>	Processi fondamentali interni all'impresa che creano valore	Etica nel condurre gli affari, adozione di misure appropriate per determinate categorie di lavoratori (per esempio disabili)
	<i>Processo di supporto</i>	Amministrazione necessaria a portare avanti le attività dell'impresa	Contabilità, risorse umane, approvvigionamenti
	<i>Tecnologia</i>	Tecnologia applicata, IT, logistica	Tecnologia a beneficio degli impiegati o dell'ambiente
PRODOTTO	<i>Caratteristiche del prodotto</i>	Funzionalità e qualità: in che cosa si distingue il prodotto dell'impresa?	Nuove caratteristiche "responsabili" per i prodotti
	<i>Sistema produttivo</i>	Come sono utilizzati i prodotti? Come interagiscono con altri prodotti?	Responsabilità per l'uso dei prodotti e interazione con altri prodotti
	<i>Servizio</i>	Supporto ai prodotti e servizi "core"	Responsabilità come servizio addizionale
CONTATTO CON I CLIENTI	<i>Canali di vendita</i>	Dove e come sono distribuiti i prodotti ed i servizi?	Riduzione dell'inquinamento grazie a consegna e packaging
	<i>Marketing</i>	Comunicazione dei prodotti e dei servizi dell'impresa	Marketing "aggressivo" sulla responsabilità sociale
	<i>Esperienza dei clienti</i>	Esperienza dei prodotti e servizi dell'impresa	Essere ricettivi e proattivi nei confronti dei clienti e delle loro richieste

Tabella tratta da [Danish Commerce and Companies Agency, People and Profit- A practical guide to corporate social responsibility, 2006](#)