



PRESENTAZIONE ISTITUZIONALE
AMBITI DI INTERVENTO, APPROCCIO, PROGETTI E CLIENTI

Andrea Granelli

Roma, gennaio 2016

Profilo e missione di Kanso

L'innovazione – e la conseguente ri-generazione aziendale – rappresenta oggi per aziende e istituzioni una **leva competitiva fondamentale**, il cui sfruttamento richiede sensibilità, competenze e strumenti appropriati e la cui naturale ricaduta è un ampio processo trasformativo.

La mission di Kanso (che significa *essenzialità* in giapponese) è assistere aziende ed istituzioni pubbliche e private nel **cogliere le opportunità di un mercato in continua trasformazione**, ad esempio sviluppando nuovi prodotti e servizi, migliorando l'efficacia organizzativa, attuando strategie centrate sulla value proposition al cliente e – più in generale – **definendo e realizzando processi di cambiamento di grande respiro** che mettano in grado le imprese di affrontare un mercato sempre più complesso e imprevedibile, ma ricchissimo di nuove opportunità.

L'approccio di Kanso si basa su **due linee di intervento**, fra di loro complementari:

- dare indicazioni e raccomandazioni ai clienti su quali obiettivi sono raggiungibili e quali azioni sono necessarie per raggiungerli, partendo da un'analisi approfondita del presente e dei suoi aspetti più critici, dei casi di successo e delle opzioni aperte dalla rivoluzione digitale e supportandoli nel percorso di cambiamento
- rafforzare competenze e attitudini delle figure chiave (imprenditori, senior manager e top professional) in modo che non solo assicurino la realizzabilità dei piani definiti ma diventino – progressivamente – a loro volta propositori e attori primari.

I punti di forza di Kanso

1. la **conoscenza diretta e approfondita delle nuove tecnologie** (in particolare – ma non solo – di quelle digitali), **dei loro trend** e del loro **impatto sull'uomo** e le organizzazioni
2. la **capacità di “estrarre” dal consumatore “più con meno”** e di alimentare con queste informazioni piani di marketing, revisione dei canali commerciali, semplificazione dei processi, (ri)progettazione di prodotti e servizi, ...
3. la **comprensione sistemica del contesto competitivo in cui le aziende operano** e cioè non solo la dimensione economica ma anche quella sociale, culturale e politico-associativa
4. Il **supporto del cliente in tutte le fasi rilevanti del processo di trasformazione**: dal concepimento, al **change management**, fino al presidio della comunicazione
5. la **consuetudine a “comunicare l'innovazione”** (articoli, libri, interviste, eventi, momenti formativi) affiancando il cliente non solo nel concepimento ma, sempre più spesso, anche nello svolgimento della comunicazione stessa, attività particolarmente **critica nei processi di cambiamento**: la comunicazione dell'innovazione è infatti sempre meno separabile dalla sua progettazione

Principali aree di intervento di Kanso

Aiutiamo da 10 anni aziende e Istituzioni a costruirsi il proprio **futuro e gestire i cambiamenti** necessari. Per fare ciò Kanso interviene in tre aree specifiche:

- 1. Consulenza Strategica** (per un contesto competitivo sempre più incerto)
- 2. Gestione del Cambiamento** (soprattutto Digital Transformation)
- 3. Comunicazione strategica** (di supporto al cambiamento)

Come affrontare la Digital Transformation

1. **Preparare** il contesto da cui partire: analisi desk, interviste mirate, competitive benchmarking → *check-up*
2. **Generare** idee (è il cuore del metodo)
 - **Stimolare** (allargando lo sguardo) → *formazione*
 - **Produrre opzioni** (per risolvere [annosi] problemi o cogliere opportunità [poco considerate]) → *idea generation*
 - **Mettere a punto le opzioni** ("micro-riprogettando" la propria quotidianità lavorativa [l'ultimo miglio organizzativo]) → *coaching*
3. **Valorizzare** le idee migliori
 - **Strutturare** in logica di business → *business canvas training*
 - **Illustrare** ai decisori → *pitch training*



Stimoli e indirizzi "dall'alto", **produzione di idee e soluzioni pratiche** "dal basso" e **fine tuning personalizzato** durante tutto il percorso di co-creation

Ambiti in cui opera Kanso

- **Aziende di servizio con il cuore tecnologico**
- **Istituzioni finanziarie**
- **Aziende del made in Italy e della cultura**
- **Camere di Commercio e mondo associativo**
- **Start-up che vogliono crescere**

Gli strumenti utilizzati sul campo da Kanso

«Non si possono risolvere i problemi con gli stessi strumenti e approcci che li hanno creati»

- **User-Centred Design**
- **Eye Opening**
- **Business Canvas**
- **Educazione manageriale**
- **eCoaching & Mentoring**
- **Personal Knowledge Management**
- **Empowerment “retorico”**
- **Comunicazione per il cambiamento**

Alcuni clienti di Kanso



Esempi di progetti Kanso

- **Progetto integrato di change management** che ha unito consulenza, co-progettazione, formazione, coaching e comunicazione
- **Iniziativa integrata per la diffusione delle competenze digitali** delle PMI di uno specifico settore economico
- **Rafforzamento della eLeadership** (leadership + competenze digitali) di una famiglia professionale tramite l'integrazione di formazione, team work e coaching ed esperienza sul campo
- **Project management di un progetto ad elevato contenuto tecnologico**
- **Impostazione e coordinamento del *field test* di un nuovo prodotto** e costituzione di un gruppo di clienti "early adopters" per seguire le prime fasi del lancio sul mercato
- **Analisi e riprogettazione dei principali punti di contatto del cliente** e dei relativi processi (front-line e back-office) tramite la metodologia del *Customer Journey*
- **Diagnosi e riprogettazione della leva informatica e organizzativa** nei processi interni ("Smart Work") con particolare attenzione alle dimensioni problematiche poco monitorate (gestione riunioni, comunicazione digitale interna, infosourcing, processi decisionali, ...)

Esempi di progetti Kanso

- **Riposizionamento strategico di una associazione** con anche il lancio del relativo “manifesto” per rafforzarne la visibilità mediatica
- **Costruzione e diffusione di una cultura aperta all’innovazione** e implementazione di un ecosistema di innovatori e del relativo processo di *Open Innovation* per aumentare il tasso di innovazione (di prodotto e di processo)
- **Piano integrato di marketing territoriale** di un territorio che ha unito in un’unica visione progettuale la componente turistica, il patrimonio culturale, il contesto paesaggistico e la vocazione economico-culturale della componente urbana
- **Trasformazione di una business idea in una NewCo** con ingresso di terzi (finanziatori e partner operativi)
- **Supporto al processo di accorpamento**, le cui finalità non erano la razionalizzazione operativa ma anche il ripensamento strategico e la ridefinizione della mission

Breve biografia di Andrea Granelli (fondatore di Kanso)

- maturità classica, laurea in informatica, diploma post-universitario in psichiatria e "miniMBA" McKinsey
- **CTO** di alcune aziende: CESI (Enel), Iniziativa META (Montedison), Fimedit
- 5 anni in **McKinsey** (di cui un anno in Portogallo)
- esperienza **Internet**: braccio destro di Nicola Grauso (VOL), fondatore e CEO di tin.it
- esperienza di **R&D**: borsista CNR nel periodo 1981-1985, CEO di TIlab (laboratorio del gruppo Telecom Italia)
- **start-up**: Loquendo (tecnologie vocali), Saturn (fondo di VC basato a NY con \$280m di committed capital), Interaction Design Institute di Ivrea (scuola di design), Laboratorio Multimediale dell'Università La Sapienza di Roma (insieme alla scuola TV di Costanzo), DNA Italia (prima fiera sulle tecnologie per i Beni Culturali) e **CoIrish** (*Italian Research Infrastructure for Cultural Heritage*) società consortile a cui partecipano CNR, INFN, Politecnico di Milano, Università di Tor Vergata e Università di Milano - Bicocca
- ha tenuto **corsi** di economia e di tecnologie digitali in varie Università ed è stato direttore scientifico della scuola internazionale di design Domus Academy
- è stato membro di vari comitati governativi su temi legati all'**innovazione**, della Fondazione Cotec e del Comitato di valutazione del CNR
- è fondatore di **Kanso**, società di consulenza sui temi legati all'innovazione e al change management ed è presidente dell'**Associazione Archivio Storico Olivetti**



Le riviste su cui scrive con frequenza

**Harvard
Business
Review**
ITALIA

dal 1957
MV
strategie di comunicazione

L'IMPRESA
RIVISTA ITALIANA DI MANAGEMENT

formiche
POLITICA/ECONOMIA/ESTERI/AMBIENTE E CULTURA



nòva²⁴

Ottobre - Novembre 2014 #5
 **CORRIERE** *innovazione*
Territori Creatività Network Startup

Technology
PUBLISHED BY MIT
Review

W I R E D

ICT4 Executive
BRIDGING THE GAP BETWEEN TECHNOLOGY & BUSINESS

LINK IESTA

Corriere delle
Comunicazioni

Per contattarci



Via G.G. Belli, 39 – 00193 Roma

Tel. +39 06 361488.1

Fax +39 06 36148830

info@kanso.it

www.kanso.it



andrea.granelli@kanso.it

www.agranelli.net