

PROFILO AZIENDALE

Kanso è una società di consulenza direzionale che si occupa di **innovazione** e **change management**. L'idea di base di **Kanso** è che l'innovazione rappresenta oggi per aziende e istituzioni una leva competitiva fondamentale, il cui sfruttamento richiede competenze e strumenti appropriati e la cui naturale ricaduta è un **ampio processo trasformativo**.

La *mission* di **Kanso** è assistere aziende ed istituzioni pubbliche e private nello sviluppo di nuovi prodotti e servizi, nel miglioramento dell'efficacia organizzativa, nell'attuazione di strategie centrate sulla *value proposition* al cliente e – più in generale – nel **definire e attuare processi di cambiamento** per affrontare un mercato sempre più complesso e imprevedibile.

L'approccio di **Kanso** (termine giapponese che significa *semplicità, essenzialità*) è basato sul pragmatismo e sull'abilità di identificare soluzioni innovative ma semplici, capaci di garantire risultati nel breve periodo e sostenibilità strategica nel lungo e sulla capacità di combinare – sul campo – competenze molto variegate.

Tra i propri **clienti Kanso** include imprese quali Telecom Italia, Intesa San Paolo, CheBanca!, Buongiorno, Autostrade per l'Italia, ST Microelectronics, FIAT, IKEA, Banca Sella, 3M, Confcommercio, Epson, Seat PG, HP, Unicredit, Fiera di Milano, RAI, Poste Italiane, Engineering, Gambero Rosso, Confartigianato. Nell'ambito della Pubblica Amministrazione ha inoltre svolto progetti per alcuni importanti Ministeri, Regioni – tra cui Lazio, Lombardia, e Basilicata – Amministrazioni provinciali e comunali, Camere di Commercio e Associazioni di categoria.

Il vantaggio competitivo di **Kanso** si basa su 5 specificità:

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** (inclusi processi formativi innovativi), 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

Alcuni esempi di progetti realizzati da **Kanso**:

- Progetti **integrati** di **change management** che uniscono consulenza, co-progettazione, formazione, coaching e comunicazione
- **Project management** di progetti tecnologici complessi o molto innovativi
- **Rafforzamento della leadership** tramite l'integrazione di formazione, team work e coaching
- Concepimento, supporto alla progettazione e coordinamento del *field test* di **nuovi prodotti e servizi**
- **Analisi e riprogettazione dei punti di contatto del cliente** e dei relativi processi (front-line e back-office) tramite specifiche metodologie *customer-driven*
- **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, ...)
- Costruzione e diffusione di una **cultura aperta all'innovazione** e implementazione di un ecosistema di innovatori e del relativo processo di *Open Innovation*
- **Reality check** (challenge con i progettisti) relativo all'adozione di nuove soluzioni tecnologiche ritenute troppo di moda (ad es *Mobile Internet* o *Social Media*)
- **Piani integrati di marketing territoriale**, che uniscono in un'unica visione progettuale la componente turistica, il patrimonio culturale, il contesto paesaggistico e la vocazione economico-culturale della componente urbana

Kanso ha sede a Roma e dispone di un **network di partner di eccellenza** in diverse aree – design, tecnologia, ricerche di mercato, formazione, *brand identity*, *web marketing*, etc. – che permettono di rafforzare e completare l'interdisciplinarietà del suo approccio

Roma, ottobre 2015

Kanso S.r.l.

Via G.G. Belli, 39 – 00193 Roma

Tel. +39 06 361488.1

Fax +39 06 36148830

info@kanso.it

www.kanso.it

www.agranelli.net