

Profilo di Kanso

Roma, 17 marzo 2013

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

ALCUNI DEI NOSTRI CLIENTI



Filas



GENERALI Assicurazioni Generali



CAMERA DI COMMERCIO MILANO



ALCUNI TEMI «DI FRONTIERA» AFFRONTATI DA KANSO INSIEME AI CLIENTI

- Concepimento, supporto alla progettazione e coordinamento del *field test* di **nuovi prodotti e servizi**
- **Progettazione partecipata** , gestendo tutte le fasi che vanno dalla selezione del campione, la gestione del flusso di proposte e del relativo conflitto, fino alla costruzione del consenso e la produzione di risultati utili per le fasi successive
- **Project management** di progetti tecnologici complessi o molto innovativi
- **Analisi e riprogettazione dei punti di contatto del cliente** e dei relativi processi (front-line e back-office) tramite specifiche metodologie *customer-driven*
- Progetti **integrati di change management** che uniscono consulenza, co-progettazione, formazione, coaching e comunicazione
- 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
- Visione, *consensus building* e *Master Plan* per trasformare una città in «**Smart City**»

...

I PUNTI DI FORZA DI KANSO

Il suo vantaggio competitivo 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**, 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

KANSO LAVORA IN MODO INTEGRATO NEL SETTORE PRIVATO E IN QUELLO PUBBLICO

I temi di innovazione, crescita e sviluppo territoriale richiedono molto spesso la costruzione di progetti che **coinvolgono non solo il settore privato** – target principale di Kanso – **ma alcune Istituzioni pubbliche**. Per questo motivo Kanso ha maturato una specifica competenza e un ampio sistema di relazioni anche con il mondo pubblico, lavorando su molti progetti innovativi anche su committenza diretta delle stesse Istituzioni Pubbliche. Ad esempio:

- **Ministeri:** Ministero della ricerca e Università, Ministero dello Sviluppo Economico, Ministero dei Beni e attività Culturali, Ministero degli Affari Esteri, ...
- **Enti di Ricerca Pubblici:** CNR, INFN, ENEA
- **Finanziarie e società di scopo regionali:** Filas e Sviluppo Lazio (Regione Lazio), FinPiemonte (Piemonte), Toscana Promozione (Toscana), IPRES (Regione Puglia), SVIM (Regione Marche), ...
- **Sistema delle Camere di Commercio:** i più importanti attori del sistema (Unioncamere nazionale, UnionCamere regionali, Camere di Commercio, società di scopo)
- **Province e Comuni**



Granelli è inoltre presidente di **RICHI**, **Infrastruttura di Ricerca finalizzata alla Conservazione e Analisi del Patrimonio Culturale** i cui soci – oltre a Kanso – sono CNR, INFN, Politecnico di Milano, Università di Milano Bicocca, Università "Tor Vergata", eFM

CHANGE MANAGEMENT E LE NUOVE FRONTIERE DELLA FORMAZIONE



Il **change management** – soprattutto nei **momenti di discontinuità aziendale** – richiede l'adozione di un processo trasformativo e formativo che non può più essere visto come una semplice veicolazione *top-down* di contenuti "pre-formattati" ma come un vero e proprio **laboratorio di trasformazione organizzativa** dove vengono svolte alcune specifiche attività:

- "aprire gli occhi" considerando il mercato, l'evoluzione tecnologica e i mutamenti socio-culturali e politici, anche da una prospettiva non direttamente riconducibile al proprio business (e alla propria quotidianità)
- leggere in profondità i dati di contesto – anche gli indizi meno apparenti che vengono da aree contigue ma "marginali" – (re)interpretandoli nel proprio ambito aziendale e di business
- costruire una visione ambiziosa ma raggiungibile del futuro per definizione non completa ma da adattare man mano che il cambiamento prende corpo
- declinare la visione in leve pratiche e in azioni specifiche che ne diano corpo e ne massimizzino le chance di successo
- identificare e costruire – co-progettandoli insieme ai futuri utilizzatori – i principali strumenti di lavoro che caratterizzeranno i nuovi processi
- utilizzare diffusamente il coaching sui pivot del cambiamento in maniera strumentale al processo; il *coaching* diviene dunque elemento di completamento del percorso

IL CHANGE MANAGEMENT RICHIEDE UN SET INTEGRATO DI COMPETENZE

CONSULENZIALI

Metodologie di analisi e posizionamento, check up, conduzione di progetti complessi, ...

DI CONTENUTO

Contenuti, idee, soluzioni per specifiche aree tematiche

RELAZIONALI

Condivisione contatti, apertura relazioni, sensibilizzazione opinion leader

EDUCATIVE

Progettazione e conduzione di eventi formativi – sia in aula che di tipo innovativo – a completamento del processo di cambiamento

COMUNICATIVE

Scrittura articoli e lavori pubblicabili, organizzazione eventi, presentazioni pubbliche, moderazione convegni, per dare il senso del cambiamento e mantenere il *momentum*

TRE TEMI CRITICI DI CHANGE MANAGEMENT DI PARTICOLARE ATTUALITA'

- Come **valutare e lanciare nuove «iniziative»** (idee, progetti, prodotti, NewCo, ...) che escono dall'ordinario e dalla routine ?
- Come **comprendere davvero i clienti** e segmentarli in maniera opportuna (efficace ma pratica) ?
- Come **riprogettare la macchina organizzativa** (processi, organizzazione, skill, strumenti di produttività, attività di comunicazione e relazione) **cogliendo i suggerimenti della Rete** (es. organizzazioni «a rete», 2.0, ...), **ma contenendo le sue dimensioni problematiche ?**

ALCUNI “STRUMENTI” USATI DA KANSO

- *Design thinking* per arricchire il pensiero strategico
- *Open Innovation* e progettazione partecipata per coinvolgere clienti, utenti e stakeholder nel pensare “out-of the box”
- *Customer Journey* e nuove forme di segmentazione (esperienziale) per ridare centralità al cliente e alla sua esperienza
- Raccomandazioni su un uso strategico e non *naive* delle nuove tecnologie digitali, con particolare attenzione anche ai “lati oscuri”
- Supporto digitale all’apprendimento (*Sé digitale*) e al riutilizzo creativo della conoscenza accumulata
- Approccio integrato alla formazione a supporto del *Change Management* – soprattutto in casi di discontinuità aziendale
- Visione integrata della comunicazione e applicazione diffusa delle tecniche retoriche
- ...

INTENSA ATTIVITA' PUBBLICISTICA ...





Rubrica "SMARTCITY"

Da oggi, sulle nostre pagine, una rubrica in più. Esploreremo le nuove frontiere dell'urbanistica scandagliando trend e tecnologie recenti, casi di successo (e insuccesso), player, amministratori pubblici, fornitori di soluzioni...

A cura di Andrea Granelli e Paolo Testa (CITTALIA – Fondazione ANCI)

Corriere delle Comunicazioni



ALCUNE HOT ISSUES CHE RICHIEDONO UN APPROCCIO INNOVATIVO



- Come **potenziare efficienza ed efficacia dei professional e del middle management** e – in generale – delle figure “knowledge & relation intensive” ?
- Come **contrastare le crescenti dimensioni problematiche del digitale** (esondazione della posta elettronica, multitasking crash, proliferazione dei siti interni, ...) ?
- **I social media sono davvero una grande opportunità da cogliere ?**
- Come **ripartire davvero dal cliente**, creando segmentazioni che diano nuovi e utili insight sui meccanismi di acquisto, i processi di loyalty e l’innesco del passa-parola ?
- Come **implementare un sistema efficace e “low cost” di open innovation**, senza defocalizzarsi dalle urgenze del day-by-day (soprattutto in tempo di crisi) ?
- Come **(re)integrare la fascia senior dei dipendenti** – che per l’allungamento dell’età pensionabile deve rimanere in azienda – e renderli motivati e produttivi ?
- Come **costruire una nuova stagione contrattuale con i dipendenti compensando le dinamiche retributive con nuovi pacchetti di servizi** (ad es. *Work Life Balance*) progettati insieme ad altri attori territoriali (Comune, Provincia, Associazioni di categoria, ...)
- ...

IL FONDATORE DI KANSO



ANDREA GRANELLI ha avuto un ruolo di primo piano nell'ICT, negli ultimi 15 anni. Già manager *senior* in McKinsey & Co, ha ricoperto il ruolo di CEO prima di Tin.it (L'Internet Service Provider di Telecom Italia – leader di mercato dei servizi Internet in Italia) e successivamente di TILab, la società che si occupa dell'attività di R&D del gruppo Telecom. Ha pubblicato diversi libri sulle tecnologie digitali e sull'innovazione

IL NETWORK KANSO



In Area (Antonio Romano) è un network internazionale e indipendente di designer, architetti, strategist e consulenti, specializzata nella creazione e gestione di sistemi di identità



Business Press (Diego Biasi) è una società di comunicazione e Public Relations focalizzata sulle nuove tecnologie



Total Tool (Giulio Ceppi) è una società di consulenza e planning che lavora nel settore del design, della comunicazione e dell'architettura



Mea Consulting (Laura Amadesi) è una società di consulenza specializzata nella ristrutturazione aziendale e nella valutazione economico-finanziaria di aziende e progetti



Amicucci Formazione (Franco Amicucci) è una società specializzata nello sviluppo di soluzioni formative innovative, leader del multimedia learning



Infoblu (Fabio Pressi) è la società italiana leader nei servizi di informazione relativi all'infoviabilità



Doxa Advice (Massimo Sumberesi) è una società del gruppo Doxa specializzata in ricerche innovative e sulla Rete

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