



Isabella Panizza

Il team model supporta il cambiamento del modello d'impresa

Enel è un'azienda italiana che lavora nel settore dell'energia elettrica. Offre i suoi servizi a oltre 60 milioni di famiglie in più di 30 Paesi: si tratta del più importante produttore di energia in Europa.

Nel 2015, *Fortune* l'ha inserita come quinta tra le prime 50 aziende nella classifica "cambiare il mondo", davanti a Facebook, Alibaba e IBM.

Nello stesso anno, Enel ha attivato un nuovo piano strategico di crescita aziendale, attraverso la creazione della piattaforma Open Power. Questa piattaforma è stata progettata per diventare un nuovo pionieristico modello d'industria partecipativa, grazie al quale gli utenti possono produrre energia e coinvolgere Enel attraverso la sua rete completamente digitalizzata e la sua piattaforma Internet aperta. A Isabella Panizza è stato affidato l'impegnativo compito di sviluppare l'implementazione digitale del nuovo posizionamento del brand, a supporto della strategia operativa Open Power.

Isabella si è rivolta a Luigi Centenaro di BigName che, insieme a Beople, gli specialisti italiani dell'innovazione dei modelli di business, ha utilizzato contemporaneamente il Business Model Canvas, il Team Business Model Canvas e il Personal Business Model Canvas. Nel progetto è partito con una serie di workshop offerti alla business-unit e ai di-

gital team leader di Enel in tutto il mondo. I partecipanti hanno compilato il loro modello di business personale, rendendo così evidenti i loro compiti (jobs-to-be-done), bisogni e sofferenze.² Questo esercizio ha permesso di chiarire i futuri Segmenti di Clientela del team e le relative Proposte di Valore: potete dare un'occhiata al risultato ottenuto nella pagina che segue.

In seguito sono stati progettati i processi del team e i relativi ruoli in modo anche da facilitare l'assunzione di nuove figure professionali per il team. Una volta che i nuovi assunti sono saliti a bordo, Isabella ha organizzato un workshop durante il quale i partecipanti hanno utilizzato i Canvas di Allineamento (vedi pagina 78) per comprendere meglio il loro ruolo nel team e allinearsi con esso. Poi, i partecipanti hanno usato il Branding Canvas, uno strumento creato da Luigi Centenaro utile a rafforzare l'immagine del team all'interno di Enel, e a rendere i partecipanti stessi i primi veri ambasciatori del concetto Open Power.

La piattaforma è stata lanciata con successo nel 2016 e oggi è il nuovo volto di Enel. Isabella ha detto che la sua più grande soddisfazione è stata vedere i vari stakeholder comprendere il ruolo del suo team come un vero e proprio Partner Chiave. "Lavorare con questo metodo, attraverso gli strumenti visivi e un nuovo linguaggio condiviso, ha accelerato moltissimo l'intero processo", dice.

