

Leadership & Strategy in the Age of AI

Un framework strategico e operativo
dalla Silicon Valley per leaders che
vogliono ripensare la leadership del futuro

Il programma di Executive Education "*Leadership & Strategy in the Age of AI*", organizzato da TEHA Group in collaborazione con lo Stanford Institute for Human-Centered Artificial Intelligence (HAI), si è svolto in un momento di svolta epocale per il business globale.

L'Intelligenza Artificiale non è più una tecnologia emergente all'orizzonte, ma una forza pervasiva che sta ridefinendo le fondamenta stesse delle organizzazioni. Per i leader aziendali, l'urgenza di comprendere, governare e capitalizzare l'impatto dell'IA è diventata una necessità strategica imprescindibile. Questa tecnologia ha il potere di rivoluzionare i processi interni, creare livelli di efficienza senza precedenti e forgiare un vantaggio competitivo duraturo. Al contempo, però, pone sfide complesse in termini organizzativi, culturali ed etici.

A partire dagli approfondimenti accademici e i business case analizzati a Stanford, e gli incontri diretti con i leader della Silicon Valley, questo documento presenta un framework strategico e operativo per ripensare la leadership nell'era dell'IA. L'obiettivo è fornire una guida pratica ai manager chiamati a guidare le proprie organizzazioni in questo panorama in continua evoluzione, trasformando la complessità in un vantaggio competitivo.

This new world
requires a new kind
of leadership

Programma di incontri



Stanford University Human-Centered Artificial Intelligence

Prof. Yossi Feinberg, Professor of Management and Economics

Prof. Melissa Valentine, Associate Professor of Management Science and Engineering

Prof. Robert Siegel, Lecturer in Management

Sessioni accademiche per esplorare nuovi canvas di comprensione e applicazione dell'Intelligenza Artificiale e nuovi modelli di leadership e strategia IA.



Amazon Web Services

Stefano Marzani, WW Head of Software-Defined Vehicles and Products (SDX)

Gianluca Bertelli, Senior Applied Scientist

Hari Prasanna Das, Applied Scientist GenAI Research

Confronto su modelli di business AI-powered e approfondimento sull'approccio "working backwards".



Microsoft

Ludovic Ulrich, Principal PM, Clipchamp & AI Video, Copilot & Office Product Group

Applicazione di IA e revisione di strategia: da startup a un contesto corporate.



LinkedIn

Archana Sekhar, Vice President, Chief of Staff to Chief Operating Officer

Dialogo sul futuro del lavoro: quali competenze emergeranno come cruciali e come ridefinire una cultura organizzativa adeguata.



The Stanford Robotics Center

Marco Pavone, Director Autonomous Vehicle Research, NVIDIA; Associate Professor, Stanford University

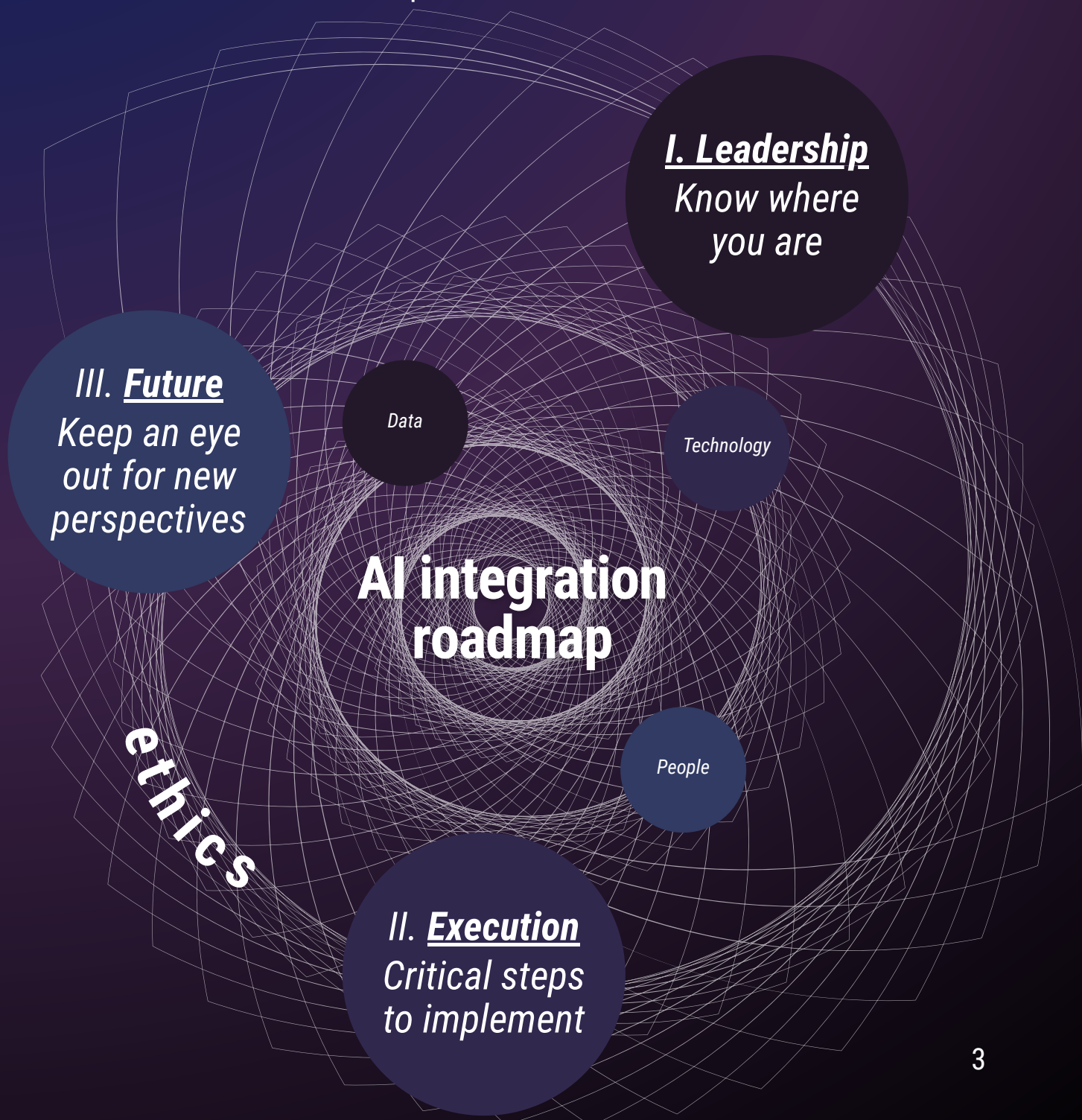
Paolo Privitera, Executive Vice President Corporate Development, Events.com

Approfondimento delle nuove frontiere della tecnologia e dell'ecosistema degli investimenti in Silicon Valley, e in Italia.

AI Strategic Framework

Nuovo paradigma di Leadership

3 pilastri emergono come cruciali per disegnare la **roadmap strategica** e il **blueprint operativo** di integrazione dell'Intelligenza Artificiale in un contesto di incertezza come quello attuale:



I Leadership

Know where you are

Il contributo accademico dello Stanford Institute for Human-Centered Artificial Intelligence (HAI) è stato fondamentale per fornire ai partecipanti **modelli interpretativi e strategici capaci di decodificare la complessità dell'IA e comprendere lo stato dell'arte delle proprie organizzazioni.**

Lessons Learned

1 Always dig one step deeper

Per integrare efficacemente nuove tecnologie, i leader devono essere in grado di comprenderne a fondo il valore, identificando con chiarezza scopo, opportunità, criticità e limiti delle soluzioni adottate. Una comprensione solida della tecnologia – diretta o delegata a figure competenti interne all'organizzazione – è essenziale per poter intervenire tempestivamente e guidare le decisioni con consapevolezza.

Non solo visione dunque, ma anche conoscenza solida e critica della tecnologia.

2 Reinvent yourself and pick your battles

Nell'individuare il valore reale dell'IA, i leader devono saper **esplorare e valutare nuovi orizzonti di business** alla luce delle sue criticità. In questo scenario, è fondamentale evitare di “fight the inevitable” e concentrare le energie su ciò che il mercato e i clienti richiedono davvero, e sulle aree in cui si può davvero eccellere. **Scegliere** dunque con cura **le proprie battaglie**, puntando su ciò che rafforza il posizionamento competitivo.

3 Think as a product manager

Passando da una logica “management-centric” a una realmente “product-centric”, i **leader devono adottare una mentalità di product management**. Ovvero, saper identificare opportunità e problemi in linea con le capacità tecnologiche, comprendere con chiarezza quale valore reale la tecnologia permette di generare, sperimentare rapidamente e, infine, garantire un'integrazione sostenibile che consideri manutenzione, scalabilità e impatto sul business.

II

Execution

Critical steps to implement

Il confronto con Amazon Web Services e Microsoft ha offerto una visione concreta di come i principi di leadership e strategia dell'IA vengano applicati su scala globale. Questi incontri hanno rivelato le **sfide operative, le scelte strategiche e le trasformazioni culturali** che le aziende leader stanno affrontando per integrare l'IA al centro del loro business.

L'approccio *Working Backwards*

Punto di partenza: interrogarsi sulle esigenze effettive del cliente e lavorare a ritroso per rispondere in modo adeguato, misurabile ed efficace.

Importante! Raccogliere dati rilevanti per automatizzare processi operativi, interni ed esterni.

Cliente

**Dati e
Processi**

Tecnologia

Scegliere consapevolmente la tecnologia da utilizzare per creare valore, cogliendone opportunità e criticità, e plasmarla in base alle informazioni da raccogliere e i servizi da erogare.

Lessons Learned

4 Build your data strategy

Alla base di ogni AI Canvas di successo c'è una strategia dei dati strutturata e affidabile. **Dati completi, puliti e governati in modo efficace sono ciò che permette all'IA di generare valore reale e differenziante.** La loro qualità rappresenta un asset unico e imprescindibile. I leader devono dunque identificare i dati critici per il proprio vantaggio competitivo, garantirne la precisione e assicurare un modello di data governance realmente cross-functional.

5 Experiment and learn firsthand

Oggi chiunque può diventare un builder: la tecnologia è disponibile, ciò che fa davvero la differenza è la capacità di implementarla.

Da dove partire dunque? Dalla curiosità e dalla sperimentazione in prima persona, che diventano quindi un asset critico per comprendere cosa funziona e cosa no.

L'obiettivo? Un'innovazione radicale dei propri ecosistemi per una crescita strategica.

Chi non investe ora nell'adozione e nell'esplorazione, rischia di essere superato da chi lo farà prima e meglio.

6 Equip your people to make the call

Per sfruttare davvero il potenziale dell'IA, non basta un'imposizione dall'alto né una spinta spontanea dal basso: serve un **modello ibrido che integri direzione strategica e capacità operativa diffusa.** In questo scenario, il ruolo dei leader è chiaro: identificare e fornire gli strumenti più efficaci e garantire competenze aggiornate per sviluppare **"AI reflexes & AI competency"**, oggi leve strategiche indispensabili.

III Future

Keep an eye out for new perspectives

La trasformazione guidata dall'IA non è un evento singolo, ma un processo continuo di adattamento e apprendimento. Le tecnologie evolveranno, i mercati cambieranno e nuove sfide emergeranno. In questo contesto, **la vera abilità della leadership non consiste nel possedere risposte definitive, ma nel saper porre le domande giuste**, esplorare nuove frontiere, il tutto promuovendo una cultura di sperimentazione e adottando una visione sistemica. Questo è quanto emerge dagli incontri con LinkedIn e con Marco Pavone e Paolo Privitera presso lo Stanford Robotics Center.

Lessons Learned

7 Focus on critical thinking and empathy

Con l'avanzare dell'IA, molte professioni sono destinate a evolvere radicalmente e una larga parte delle competenze attuali diventerà obsoleta entro pochi anni. In questo scenario, **critical thinking, curiosità ed empatia emergono come skill distintive, profondamente umane e non sostituibili**. Enfatizzare queste capacità non è solo un investimento sul capitale umano, ma una condizione necessaria per guidare un cambiamento di paradigma che sia responsabile e sostenibile.

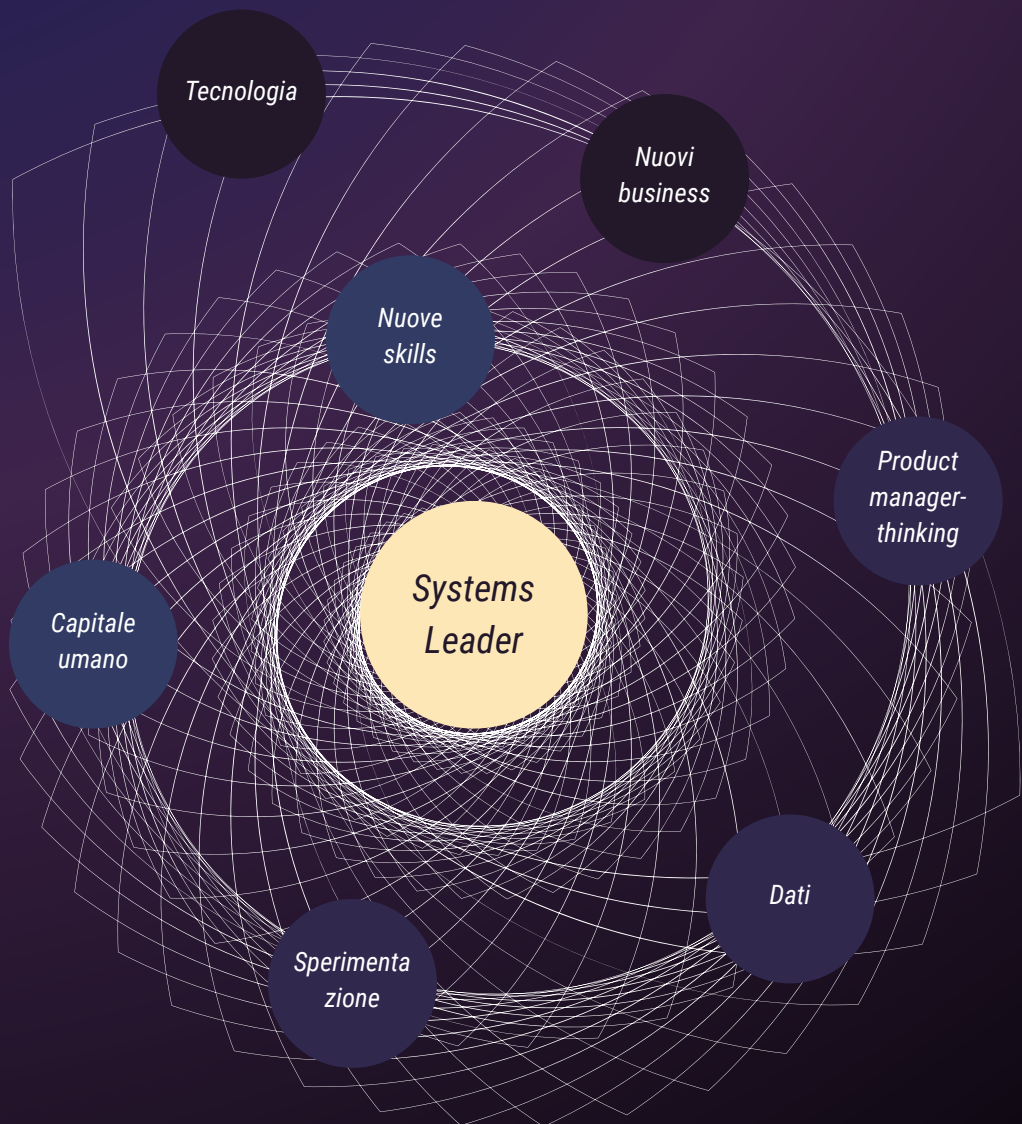
8 Become a Systems Leader

Guidare sistemi complessi nell'era dell'IA implica un nuovo approccio di leadership. Questo richiede la capacità di **costruire e coltivare una rete di partner affidabili**, sia all'interno che all'esterno dell'organizzazione; impegnarsi in un percorso di **apprendimento continuo**, riconoscendo con coraggio ciò che non si conosce, svolgendo in prima persona i compiti più impegnativi e distinguendo con lucidità tra competenza e fortuna; e infine abilità di **equilibrare valore e rischio** in ogni decisione strategica.

AI Strategic Framework

Questi otto pilastri non sono lezioni isolate, ma componenti interdipendenti di un nuovo paradigma di leadership.

L'approfondimento della tecnologia (1), unito all'esplorazione di nuovi orizzonti (2) e a una mentalità orientata al prodotto (3), abilita una sperimentazione efficace (5), che a sua volta dipende da una solida strategia dei dati (4). Questa base consente di fare scelte strategiche ponderate e di equipaggiare le persone per eseguirle (6), il tutto guidato da competenze umane insostituibili (7). L'integrazione magistrale di tutti questi elementi definisce il Systems Leader (8), la figura in grado di governare la trasformazione in modo completo, sostenibile e etico.



Nella culla dell'innovazione e delle tecnologie disruptive, tra insights accademici e visite e conversazioni aziendali, questo percorso per Executives firmato The European House - Ambrosetti offre una nuova prospettiva: **il futuro della leadership e del business nell'era dell'IA non è un destino da prevedere, ma un risultato da costruire.**



CONTATTI

Viaggi Strategici

viaggi.strategici@ambrosetti.eu

Telefono: +39 0246753628

viaggi.ambrosetti.eu

Stefania Marongiu

stefania.marongiu@ambrosetti.eu