

# CASE STUDY

Described for the project: "The Hexagonal Leader"

## Name of the organization

Genially

## Website of the organization

<https://www.genial.ly/es>

## Logotype of the organization



## Type of organization

- Business organization
- Public administration
- NGO's
- Others (what kind?) .....

## Size of the organization

- Small
- Medium
- Large

## Economic sector

Service company: technology

## Brief description of the organization

Genially è un'azienda spagnola fondata nel 2015.

Produce un software di progettazione all-in-one che consente agli utenti di creare e condividere contenuti coinvolgenti, interattivi e animati online (computer grafica, presentazioni, micrositi, CVS, cataloghi, ecc.) Senza che l'utente abbia conoscenze di programmazione. In un solo anno il numero di utenti ha raggiunto i 200.000 e nel 2016 saranno oltre 300.000.

Genially parte come startup a Cordoba con un team multidisciplinare composto da designer, programmatori, biologi, pubblicitari e ingegneri.

Il pubblico a cui si rivolge lo strumento è molto ampio in quanto i suoi usi spaziano dall'istruzione alla comunicazione di notizie o all'attrazione dei clienti. L'idea alla base è la rivoluzione nel modo in cui comunichiamo. Genially consente agli utenti di accedere dall'ufficio all'interattività. Lo slogan con cui è stato creato Genially segue questa filosofia: "Genially, and feel like a Genius".

La missione di questa start up, secondo il proprio sito web, è che chiunque possa realizzare contenuti spettacolari, interattivi e animati. La loro motivazione è aiutare a migliorare il modo in cui presentano, comunicano, diffondono e insegnano. Ad oggi, hanno già circa 750.000 utenti in più di 190 paesi.

Il decalogo che li definisce è il seguente:

- Siamo creativi per natura
- Siamo esseri sociali, esseri comunicanti
- In vista della saturazione dei contenuti: innovazione
- Siamo esseri visivi
- Siamo esploratori
- La vita non è unidimensionale, né lo è la comunicazione
- La comunicazione è un'esperienza
- Ricordiamo le storie e le amiamo
- Nessuna creatività senza divertimento
- Nessun successo senza innovazione

## Case study description (situation / the problem they are facing) [max 2000 characters]

I fondatori di Genially provenivano dal business delle agenzie di comunicazione e si dedicavano al business digitale. Hanno progettato un flusso di entrate che funziona, fornendo un servizio gratuito. Il problema principale è che devono finanziarsi di tasca propria, con investitori o con i profitti delle altre loro attività. Hanno cioè che gli investitori chiamano trazione ma non un modello di business che li fa guadagnare e hanno molti rischi.

Secondo i fondatori di Genially, hanno trovato le difficoltà maggiori a causa del loro modello di business. La ragione? Secondo Juan e Luis: "Un modello freemium non è comune in Spagna e questo ha generato avversione tra gli investitori. Il nostro modello di business non è tipico in Spagna, è focalizzato su un mercato globale e combina accesso gratuito e abbonamento. Inoltre, stiamo lavorando a Cordoba e questo si è scontrato con investitori in Spagna che erano abituati a società a Madrid o Barcellona.

In Spagna sembra che le persone siano più abituate ai modelli di mercato o di e-commerce e si aspettano quel tipo di metriche. Non sono abituati alle startup di prodotto e, infatti, in Spagna non ci sono così tante startup di prodotti puramente SaaS (software as a service) ".

Un altro problema che hanno dovuto affrontare dall'inizio è stato il confronto di questo strumento come prodotto digitale con alcuni dei loro concorrenti come Prezi, Powerpoint o Canvas. Una delle cose che ha sempre attirato l'attenzione di Genially è che era complicato individuare cosa fossero e contro chi stavano gareggiando. Genially è un'alternativa a Prezi? Un'alternativa a PowerPoint e Keynote? È un contenitore come SlideShare? È in concorrenza con Canva o Adobe Photoshop? È tutto

quanto sopra? Nelle parole di Luis: "La parte più complicata è tutto: differenziazione, trovare una nicchia di mercato, selezionare la squadra ideale per il momento in cui sei ... Molte volte, puoi avere grandi idee, ma se il mercato non è nel momento ideale, niente funziona "

Una delle fasi più critiche è stato il loro piano di crescita e di espansione senza fallire nel tentativo e per affrontare questa fase avevano bisogno di un grande investimento. Gli Stati Uniti erano nella prossima tappa dell'azienda, o almeno questo è ciò che Juan Rubio ha sottolineato nel 2018: "Dobbiamo fare il nostro salto negli Stati Uniti, creare una struttura e, sicuramente, contare su investitori da provenienti da lì. Entro il 2019 apriremo un **circuito** internazionale con investitori europei, ma vogliamo che il capitale provenga dagli Stati Uniti. Gli USA entreranno nel circuito il futuro."

### Suggested solutions (added pros and cons)

#### 1. Costruisci un canale di vendita.

Il primo modo per far crescere rapidamente la tua attività è costruire un canale di vendita. Se non hai una canalizzazione delle vendite, stai commettendo un errore enorme. La canalizzazione di vendita può aiutarti ad automatizzare la tua attività. Ti aiuta a scalare e crescere rapidamente e facilmente. Certo, è indispensabile un lavoro di front-end ovviamente. Ma, una volta che questo processo è avviato la navigazione è tranquilla.

#### 2. Ricerca la concorrenza.

Quando vai sul mercato e stai davvero cercando di portare la tua offerta alle masse, devi cercare la concorrenza. Valutare i vantaggi comparativi dei concorrenti più vicini consentirà a un marchio di conoscerne i movimenti e i progressi e quindi fare un confronto. Alcuni dei vantaggi che questa analisi ti darà sono:

- Conoscere i punti di forza e le opportunità del proprio brand, rispetto a quelli della concorrenza
- Migliorare vari aspetti come sistemi di gestione, prodotti, servizi e strategie di marketing.
- Stabilire una differenza tra ciò che offre il tuo marchio e ciò che fa la concorrenza, al fine di aumentare i valori del tuo marchio.
- È un termometro che sarà molto utile per l'orientamento e il processo decisionale.

#### 3. Creare un programma di fidelizzazione dei clienti.

I programmi di fidelizzazione dei clienti sono ottimi modi per aumentare le vendite. Acquisire nuovi clienti rispetto a vendere qualcosa a un cliente esistente costa fino a tre volte di più. In qualsiasi modo tu affronti il problema, acquisire nuovi clienti è costoso.

#### 4. Identifica nuove opportunità.

Analizza nuove opportunità nella tua attività. Comprendi tutto, dai canali di distribuzione ai tuoi concorrenti diretti e persino un'analisi dei mercati esteri e di altri potenziali settori.

#### 5. Espansione internazionale.

Puoi espanderti a livello internazionale? Puoi accettare le tue offerte esistenti e ampliarle a livello internazionale? Se hai un'offerta di conversione, l'espansione internazionale potrebbe essere un modo rapido per crescere. Dovrai sostenere dei costi. Sicuro. Ma il potenziale di guadagno potrebbe essere enorme.

#### 6. Formare partnership strategiche.

Le partnership strategiche con le aziende giuste possono davvero fare la differenza. Potrebbe consentirti di raggiungere rapidamente un'ampia fascia di clienti. Identificare quelle partnership potrebbe essere più facile a dirsi che a farsi. Ma

fai attenzione alle aziende che sono complementari alla tua. Contattali e proponi opportunità per lavorare insieme.

#### 7. Abbraccia il cambiamento

I cambiamenti dirompenti odierni stanno costringendo aziende e leader a ripensare i propri metodi e ad adattarsi a una nuova realtà: lo status quo non è più un'opzione. Le aziende devono accettare il cambiamento come un processo dinamico e continuo per affrontare il futuro. Quelle aziende che non cambiano possono ristagnare e non svilupparsi. Il nostro mondo attuale è in continua evoluzione in termini di tecnologia e molti altri modi stimolanti ma innovativi. Avere la capacità di affrontare queste nuove sfide frontalmente non svilupperà solo l'azienda nel suo insieme, ma anche coloro che lavorano al suo interno. Senza cambiamenti, le aziende potrebbero presto trovarsi dietro la curva e perdere terreno rispetto ai concorrenti. Devono essere in grado di cambiare e adattarsi per stare al passo con i nostri tempi sempre più tecnologici e di sviluppo. Inoltre, la capacità di accogliere il cambiamento aiuterà continuamente le aziende a trovare e coltivare nuove idee e opportunità di business. Avere strategie di cambiamento stellari aiuterà qualsiasi azienda ad andare avanti in nuove aree determinate dai nuovi modi di lavorare.

#### 8. Diventa consapevole di te stesso

La consapevolezza di sé è un tratto essenziale di un grande leader. Se conosci i tuoi valori, la tua personalità, i tuoi bisogni, le tue abitudini e le tue emozioni e il modo in cui influenzano le tue azioni e le azioni degli altri, sarai in grado di gestire meglio il tuo stress, prendere decisioni migliori e, infine, condurre gli altri a fare lo stesso. La consapevolezza di sé dà potere perché ti arma di conoscenza e ti consente di fare scelte migliori: cambiare o crescere.

#### 9. Distruggi te stesso

Una volta che diventi consapevole di te stesso, sei pronto a distruggerti. I leader devono distruggere se stessi prima che qualcuno o qualcos'altro lo faccia. Se il cambiamento ti colpisce, ad esempio una tecnologia dirompente, ti ritroverai a lottare per recuperare il ritardo e adattarti. Ma se diventi tu a guidare l'innovazione, questo cambia le regole del gioco.

#### 10. Riconoscere e premiare il valore dell'apprendimento in caso di fallimento

Assumersi dei rischi non garantisce sempre un risultato positivo, quindi i leader come tutti gli altri devono convivere con il fallimento. I fallimenti sono una parte intrinseca del viaggio di un leader, ma non dovrebbero essere sempre percepiti come negativi. Il fallimento è una parte importante della crescita personale e gioca un ruolo importante nel rendere una persona un leader efficace e dovrebbe quindi essere visto come un processo che può produrre un'enorme crescita e sviluppo a livello personale e professionale.

#### 11. Concentrarsi sul processo come progetto in corso

Il processo è infinitamente più prezioso e importante del risultato. Quando ti impegni nel processo - senza mollare mai, superando creativamente battute d'arresto e ostacoli, provando nuove strategie - avviene una potente metamorfosi. Ti trasformi letteralmente nel processo.

#### 12. Pratica la perseveranza

La perseveranza e la tenacia sono ugualmente cruciali nel lavoro necessario per trasformare un'impresa in un'impresa redditizia, date le sfide e gli ostacoli che si presentano lungo il percorso. Infatti, in un'intervista del 1995, Steve Jobs disse: "Sono convinto che circa la metà di ciò che separa gli imprenditori di successo da quelli che non hanno successo sia la pura perseveranza. È così difficile e tu dedichi così tanto della tua vita a questa cosa, ci sono momenti così difficili nel

tempo che la maggior parte delle persone si arrende. E non li biasimo, è davvero dura ".

### Chosen solution

Hanno scelto i numeri 2,4, 5, 6,7, 8,9,10,11,12

#### - Ricerca la concorrenza (Numero 2)

La loro idea nasce da un'esigenza: come rendere attraenti le presentazioni PowerPoint tradizionali? **Nel caso del biologo, relativo all'ambiente.** "Abbiamo lavorato per grandi aziende realizzando campagne di comunicazione legate al cambiamento climatico, al consumo responsabile o alla mobilità sostenibile. Concetti difficili da comunicare in modo efficace e attraenti per il cittadino medio", spiega Rubio, CEO dell'azienda.

Con questa domanda in mente, hanno iniziato a lavorare su uno strumento, sotto forma di un sistema di gestione dei contenuti, con il quale chiunque senza alcuna idea di linguaggio di programmazione o design potesse creare micro-siti interattivi.

Come ha spiegato Juan Rubio: "Abbiamo molte descrizioni. Immagina di aggiungere tutta la potenza della tecnologia web odierna a PowerPoint. In questo modo, crei un tipo di contenuto che fino ad ora era più alla portata degli sviluppatori che degli impiegati. Cosa significa? Immagina una presentazione che sia interattiva, che clicchi, che compaiano pop-up, che puoi animare ma non con le animazioni tipiche di PowerPoint ma con quelle più tipiche del mondo web. O che puoi integrare una timeline di Twitter. È mescolare qualcosa di più tipico di una pagina web con concetti più tipici di automazione d'ufficio come un poster, una presentazione o un dossier per creare un ottimo contenuto. Alla fine, è uno strumento per creare tutti i tipi di contenuto e per integrare tra loro il mondo del web e dell'ufficio "Luis García, co-fondatore ha aggiunto:" Di solito ci viene detto che siamo un PowerPoint pieno di vitamine. Un PowerPoint per le esigenze di oggi, ma non per quelle di 20 anni fa "

#### - Identificare nuove opportunità (Numero 4)

Genially è riuscita a identificare le esigenze del mercato e ha trovato in esse un'opportunità di business.

Come ha sottolineato il suo co-fondatore: "Genially è nata da Ecoavantis, un'azienda specializzata nella comunicazione di qualcosa di così complesso come la sostenibilità o la responsabilità sociale d'impresa. Io sono un partner ed ex CEO di Ecoavantis. Lì abbiamo creato contenuti interattivi per grandi aziende pubbliche e private legate a questi temi che sono molto difficili da spiegare e poco attraenti per il grande pubblico. Ci siamo resi conto che l'unico modo per arrivarci era creare contenuti spettacolari. Ci siamo resi conto che la chiave era usare la comunicazione audiovisiva, che i contenuti entravano attraverso gli occhi e l'interattività. Il destinatario che ha ottenuto l'informazione ha avuto la capacità di interagire con quei contenuti: clicca qui e vengono fuori maggiori informazioni ... Lascia che le cose accadano! Quello che abbiamo provato è fare della comunicazione un'esperienza. Eravamo molto a nostro agio perché erano grandi clienti, grandi account, che hanno iniziato a voler modificare i contenuti. Se non sapevano programmare, era impossibile per loro toccarli. Man mano che quella domanda diventava sempre più frequente, ci siamo detti, ehi, se le persone amano ciò che creano, non sarebbe una cattiva idea creare uno strumento in grado di creare contenuti e applicarli a qualsiasi campo? Quindi ci siamo messi in gioco quando abbiamo visto un'opportunità di mercato. Sapevamo che era necessaria una nuova generazione di contenuti. Le persone erano stanche di contenuti statici e PowerPoint. Abbiamo fornito una soluzione che è stata dimostrata in termini di tipo di contenuto. Ora dovevamo creare il mezzo per farlo. Ci siamo resi conto che il problema era che il modo per creare questi contenuti, che richiedeva molte ore di programmazione e programmatori, era costoso. Normalmente le persone, nemmeno le

grandi aziende, utilizzano quel tipo di comunicazione quotidianamente. Questa serviva solo per il lancio di grandi prodotti ... Cioè cose molto specifiche. Quindi abbiamo pensato che questa doveva essere una comunicazione quotidiana, che potesse essere fatta da una PMI, un blogger o da insegnanti e studenti, che rappresentano la nostra realtà. Oggi, un milione e mezzo di persone di ogni ceto sociale e di tutto il mondo creano contenuti che fino a poco tempo fa potevano essere creati solo da grandi team di designer "

**- Espansione internazionale. (Numero 5)**

In soli 4 anni, la startup spagnola ha aperto uffici a Cordoba, Madrid, Malaga e New York e ha clienti in più di 100 paesi e ha superato i 3 milioni di utenti registrati in tutto il mondo. L'azienda ha appena ottenuto un finanziamento di 4,4 milioni di euro, che sarà utilizzato per la crescita in mercati chiave come gli Stati Uniti, oltre che per espandere il team e migliorare il prodotto. "Questa nuova iniezione di capitale rafforza il nostro ambizioso piano di espansione per i prossimi mesi. Siamo molto soddisfatti di aver chiuso con successo questa gara, e soprattutto di avere fondi per aumentare il prestigio e la presenza internazionale", ha dichiarato Juan Rubio, co-fondatore e CEO di Genially.

**- Formare partnership strategiche. (Numero 6)**

La piattaforma, che ha registrato una crescita importante nel campo dell'istruzione, del marketing e dei media, ha clienti con profili diversi, da grandi marchi come Michelin, Porsche, Banco Santander, AON, Santillana e Telefónica, a istituzioni educative come le università di Oxford e Cambridge, l'Universidad Rey Juan Carlos e l'Universidad Autónoma de Barcelona, e media come Europa Press, Grupo Vocento, Clarín, La Sexta, Grupo Prisa o i giornali sportivi come il Marca e il quotidiano francese L'Equipe.

**- Abbraccia il cambiamento (Numero 7)**

Il punto fermo di questa azienda sin dalla sua nascita è stato quello di rivoluzionare il mondo della comunicazione e dell'istruzione attraverso un sistema che metta a disposizione di qualsiasi utente la possibilità di generare contenuti interattivi. Il suo scopo era quello di creare una piattaforma online completa e facile da usare, con la quale chiunque potesse generare contenuti interattivi e animati di qualità (computer grafica, progetti interattivi, presentazioni, mappe, micro-siti, ecc...) senza la necessità di competenze di programmazione.

**- Diventa consapevole di te stesso (Numero 8)**

In Genially sono consapevoli dei propri limiti e hanno bisogno di continuare a crescere, come ha sottolineato Juan Rubio in diverse interviste: "Siamo condannati alla crescita. Il punto di stagnazione non è sostenibile. Non so come saremo tra tre anni. Non ne ho idea. Sappiamo cosa vorremmo. Ma dove potrebbe condurci, non ho idea. Vogliamo essere un'azienda influente, un'azienda globale. Stiamo già alle spalle della nostra concorrenza. Vogliamo essere una vera alternativa in mercati specifici. Abbiamo una forte presenza nei paesi americani, in Spagna e Francia. dobbiamo aumentare la crescita negli Stati Uniti, in Brasile, nei paesi dell'Est" "Ciò che ti fa evolvere è la domanda, guardare avanti e non indietro. Non credo che il nostro successo sia nel numero di ore che abbiamo lavorato, ma in nel grado di ossessione".

Lavorare in una web company obbliga Genially ad essere costantemente aggiornati con tutte le novità che riguardano il settore digitale.

**- Distruggi te stesso (numero 9)**

Genially è un'azienda guidata da leader competenti. Sono sempre alla ricerca di soluzioni e modi migliori per stabilire nuovi processi e vogliono avere un impatto sul business nel suo complesso, senza preoccuparsi di rimescolare le cose o alterare i percorsi per ottenere i risultati necessari. Includono i membri del loro team

all'interno dei processi aziendali, mantenendo la trasparenza e consentendo un processo decisionale più conveniente. Per loro, "la genialità nasce dal mescolare l'ossessione per il lavoro e la creatività. Ognuno di loro può contribuire con un po' di queste tre cose" "A livello personale, il fatto di lavorare fin dalla nascita dell'azienda con un team di persone vicine e creative rende il nostro lavoro molto più facile e definisce le modalità per nuove incorporazioni. Oggi siamo più di 40 persone che lavorano e, nel prossimo futuro, saremo molte di più, tutte con lo stesso obiettivo: non smette di sognare "

**- Riconoscere e premiare il valore dell'apprendimento nel fallimento (Numero 10)**

Come ha citato Oscar Wilde: "L'esperienza è semplicemente il nome che diamo ai nostri errori", ciò significa che quando commetti un errore, prenditi un momento per riconoscere cosa hai fatto di sbagliato, come risolverlo e come evitare di ripetere il tuo errore in il futuro. Se hai ottenuto qualcosa dal tuo errore, non è un fallimento: è un'esperienza di apprendimento.

Imparare dal fallimento, ti costringe a pensare in modo creativo, a combattere, a trovare nuovi modi per motivare la tua squadra o esplorare soluzioni che non avevi considerato prima. Al contrario, rimanere in modalità di errore invita solo a più errori.

Come ha osservato Juan Rubio, uno dei co-fondatori: "È chiaro che l'equilibrio tra ciò che fai male e ciò che fai bene è molto più positivo. Precisamente, una delle cose che sottolineiamo maggiormente è essere consapevoli che sbagliare fa parte del processo "

**- Concentrarsi sul processo come progetto in corso (Numero 11)**

Concentrarsi sui risultati invece che sul processo è un errore commesso da molti leader. I leader devono imparare come mantenere l'attenzione sui "controllabili", le cose che possono effettivamente avere un impatto. Questi sono anche chiamati indicatori ritardati o anticipatori. I risultati in ritardo sono i risultati che si verificano a seguito di indicatori anticipatori. I leader devono concentrarsi sugli indicatori principali e non sugli indicatori in ritardo se vogliono ottenere i migliori risultati.

**- Pratica la perseveranza (Numero 12)**

Più che semplicemente sforzarsi, la perseveranza è una determinazione generata dall'istinto a non arrendersi e non arrendersi mai. Viene da uno spirito che rifiuta di accettare il fallimento di smettere. Un leader che persevera è pronto a resistere per il lungo periodo.

I realizzatori di successo sono sempre alla ricerca di qualcosa di più grande: obiettivi difficili da raggiungere. Sentono di avere qualcosa da dimostrare, a sé stessi e / o agli altri. Hanno una direzione, sanno cosa vogliono e odiano non essere all'altezza.

Secondo Juan: "Non siamo soddisfatti di essere più di 40 persone, vogliamo di più. Quel numero sarà molto esiguo alla fine di quest'anno; e tra più di un anno ... Questa motivazione, questo desiderio di migliorare noi stessi e di continuare a migliorare la piattaforma per raggiungere più persone, è la chiave. Questa è l'essenza di noi tutti e questa è la base del nostro futuro. Vogliamo generare la stessa illusione in tutte le persone che ci utilizzano e, ovviamente, in tutte le persone che lavorano con noi.

### Rationale of the decision taken

Crescere significa aumentare i ricavi ed espandere le prestazioni dell'azienda senza intaccare il margine di profitto e la redditività. È necessario misurare i punti di forza e di debolezza, calcolare i rischi e organizzare le finanze. In questo senso, hanno identificato i loro concorrenti attraverso un'analisi competitiva. Questa analisi non riguarda solo la comprensione di come i tuoi competitor gestiscono la

loro attività, ma anche la conoscenza degli errori che fanno in modo da poterli evitare in modo proattivo e salvare la tua azienda da potenziali battute d'arresto.

Questa analisi li ha aiutati a:

- avere un quadro preciso delle tendenze di mercato che altrimenti non sarebbero stati in grado di vedere,
- comprendere meglio il comportamento dei clienti nel modo in cui il loro prodotto migliorerà le loro vite
- avere uno sguardo ravvicinato alle strategie dei loro concorrenti,
- identificare i gap di mercato, cioè i potenziali ambiti che nessun concorrente si è ancora preoccupato di esplorare, cogliendo così l'opportunità di colmare le lacune ed esplorare un nuovo mercato per il proprio marchio.

D'altra parte, Genially è un chiaro esempio di mentalità di crescita. Fin dai loro inizi, hanno provato cose nuove, sperimentato, commesso errori che hanno corretto lungo la strada. Hanno scartato ciò che non funzionava dopo aver provato a risolvere il problema.

Allo stesso tempo, i fondatori di Genially, hanno visto le sfide come opportunità di auto-miglioramento. imparando di più dai fallimenti.

Hanno provato diverse tattiche di apprendimento perché non esiste un unico modello di apprendimento, ciò che funziona per una persona potrebbe non funzionare per te ed essere stato consapevole dei propri errori, sostituendo la parola "fallimento" con la parola "apprendimento". Quando commetti un errore o non raggiungi un obiettivo, non hai fallito; hai imparato.

Hanno imparato dai loro errori e considerato dove hanno sbagliato in una data situazione e cosa si sarebbe potuto fare diversamente, in modo che la prossima volta che ti verrà offerta l'opportunità di decidere su una questione simile, la scelta giusta sarà evidente.

Dall'altro lato, non hanno ceduto a ostacoli o difficoltà imprevisti che hanno minacciato i membri del team, ma hanno esaminato le circostanze della difficoltà, trovato una possibile soluzione e messo in atto metodi di implementazione che consentiranno al loro team di perseverare attraverso l'ostacolo e proseguire sulla strada per raggiungere con successo gli obiettivi e, tutto grazie alla tenacia del team leader.

### Solution implemented in practice

Soluzione implementata nella pratica

Uno dei partner ha seguito un programma di "incubazione" presso Founders Institute, un incubatore di imprese americano, formazione per imprenditori e programma di lancio di startup.

Citando le sue parole: "è stato interessante passare attraverso Founders, poiché questa azienda ha organizzato un evento mondiale a San Francisco con le 40 migliori startup inserite nei diversi franchise del programma e ci hanno selezionato per partecipare e mostrare il nostro prodotto. Alla fine del 2015, le aziende hanno iniziato ad avvicinarsi a noi per contrattare il servizio e farci rimuovere il logo Genially. Nel tempo abbiamo progettato diversi pacchetti con caratteristiche e prezzi che si rivolgono a designer e liberi professionisti e, ovviamente, abbiamo anche opzioni per le grandi aziende. Uno dei vantaggi di essere passati attraverso il Founders Institute è il collegamento con gli investitori e molti dei mentori provengono da questo settore "

L'azienda spagnola si è posta l'obiettivo di chiudere il 2020 con una maggiore crescita nei paesi anglosassoni, in particolare negli Stati Uniti e nel Regno Unito. Per questo hanno aperto una sede a New York oltre a quelle già esistenti a Cordoba, Malaga e Madrid. Si può dire che Genially sia una start up di tipo "born global" in quanto il progetto nasce con aspirazioni internazionali. Tuttavia, l'obiettivo

attuale è aumentare il fatturato negli Stati Uniti. Parallelamente, l'azienda sta valutando la sua penetrazione in altri mercati con alti tassi di popolazione e digitalizzazione come la Germania.

Sebbene esista una potenziale minaccia da parte dei principali concorrenti di Genially (tra gli altri: Visme, Canva, Prezi, Piktochart, Powtoon o lo stesso Power Point), questo strumento cerca di differenziarsi attraverso l'interattività, la versatilità creativa e lo stile dei modelli .

### Lesson learned

- Il processo decisionale è un processo continuo in ogni azienda.
- Avere capacità di pensiero critico consente di accertare il problema e di trovare una soluzione vantaggiosa per l'azienda e i suoi dipendenti.
- I manager devono prendere decisioni ogni giorno e il processo utilizzato per prendere una decisione è importante per i loro profitti.
- Una "mentalità di crescita", vive di sfide e vede il fallimento non come una prova di mancanza di intelligenza, ma come un trampolino di lancio incoraggiante per la crescita e per ampliare le nostre capacità esistenti.
- Quando hai una mentalità di crescita, sei aperto a imparare e provare cose nuove che promuovono l'innovazione e l'assunzione di rischi sul posto di lavoro.

### Connection to the six skills depicted in the project

- Il processo decisionale
- Mentalità