

Luca Lanza

Luca Lanza è Partner & Consultancy Practice Director at Kettydo | A DGS Company azienda leader nel settore delle strategie di Ingaggio e della Loyalty Innovation, e Partner di A.I.GEN, l'Advanced Intelligence Holding specializzata in Advanced Data Analytics, Martech e Artificial Intelligence, che controlla Kettydo+ e altre aziende leader nel settore della Data Intelligence, Geomarketing avanzato e AdTech.

Luca è un leader strategico con un approccio trasversale che combina human-centered design e data-driven strategy, supportato da una spiccata attitudine analitica che gli consente di tradurre dati complessi in insights azionabili. Con una carriera che abbraccia ruoli chiave in diverse aziende di consulenza manageriale, agenzie e System Integrators, (tra cui Value Partners, Gruppo Fortitude, Liquid, ...) e in numerosi progetti internazionali di trasformazione digitale nel settore dell'entertainment e del music business, Luca ha maturato, in oltre 20 anni di esperienza internazionale, competenze nel guidare le più complesse strategie di Trasformazione Digitale, Loyalty Innovation e Engagement omnicanale dei principali brand nei settori FMCG, Food & Beverage, Retail & GDO, Financial, Insurance e Pharma, a livello nazionale e internazionale. Esperto in Design Thinking for Business Innovation, strategie digitali e costruzione di framework metodologici, Luca possiede un master degree in Storia Economica e Sociale all'Università di Parma, dove ha anche operato come ricercatore e docente per numerosi anni.

Ha nel tempo perfezionato le sue competenze in Business Innovation presso la Stanford University e numerosi altri atenei internazionali. La sua forte attitudine analitica si riflette anche nella sua attività parallela nel mondo musicale, dove è stato tra i founders della digital transformation europea, progettando soluzioni innovative per affrontare le prime fasi della digital disruption nell'entertainment.

La visione di Luca combina analisi rigorosa, creatività, empatia e intelligenza emotiva, unendo un profondo interesse per l'antropologia digitale e l'analisi socio-culturale. Questo mix unico gli permette di creare soluzioni olistiche, azionabili e soprattutto misurabili, portando valore concreto e sostenibile ai suoi clienti.