

Indice

Prefazione, di *Luca De Biase* IX

Prima parte Lo scenario

1	Come cambiano la tecnologia e i consumi	3
1.1	Strumento o scopo?	3
1.2	Crescita di internet e centralità del mobile	6
1.3	Il focus sulle esperienze	10
1.4	La mappatura della consumer journey	19
2	Come le aziende provano ad adattarsi	29
2.1	La crisi dei vecchi modelli organizzativi	29
2.2	La ricerca di nuovi modelli di business e di valore	33
2.3	Diversi settori, diverse opportunità	38

Seconda parte Le competenze

3	Per capire	47
3.1	La digital leadership e il suo impegno	47
3.2	Il ruolo delle risorse umane	50
4	Per costruire	57
4.1	L'importanza dei nodi decisionali	57
4.2	Creare la squadra	59
4.3	Arrivano gli alieni	67
4.4	Il ruolo degli attori esterni	68

5	Per evolvere	73
5.1	La teoria delle aspettative mancate	73
5.2	Una nuova struttura organizzativa	74
5.3	Sette passi per la nuova organizzazione	83

Terza parte I processi

6	Per valutare il punto di partenza	87
6.1	Conoscenza, attitudine e barriere culturali	87
6.2	Il nuovo punto di partenza dei processi aziendali	90
6.3	Digital assessment: conoscenze e potenzialità	94
7	Per definire il percorso di trasformazione	107
7.1	Come colmare il gap: skill build o search	107
7.2	Nuovi processi di formazione e affiancamento	109
7.3	Nuovi processi di innovazione per la creazione del valore	114
8	Per sviluppare un piano di azione	117
8.1	Un percorso a tappe	117
8.2	Governance e leadership	119
8.3	People e operations	122
8.4	Customer experience	123
8.5	Data e analytics	124
8.6	Technology integration	128
8.7	Digital literacy	131

Quarta parte Gli strumenti

9	Per comprendere	135
9.1	I modelli di business tradizionali	135
9.2	Il nuovo business modeling	139
9.3	Il business model canvas	141
9.4	Il value proposition canvas	147
9.5	Conclusioni	149

10 Per gestire	151
10.1 Nuovi modi di agire	151
10.2 Gestire le attività: il lavoro agile	154
10.3 Allenarsi a pensare diversamente: il design thinking	157
10.4 Dalle idee ai fatti	160
10.5 Il crowdsourcing	162
11 Per innovare	167
11.1 Un nuovo sistema operativo per le aziende	167
11.2 L'innovazione nelle PMI	172

Quinta parte La visione

12 Connected business	181
12.1 Un approccio nuovo alla generazione del valore	181
12.2 Cultura	182
12.3 Automazione	183
12.4 Apertura	184
12.5 Integrazione	186
12.6 Modularità	188
12.7 Conclusioni	190

Il volume è corredato da materiali integrativi online. Per accedere a queste risorse, è necessario collegarsi a <http://mybook.egeaonline.it>, registrarsi e inserire il codice stampato sull'ultima pagina del volume.

In «My Purchased Books» il Lettore trova lo scaffale dei propri acquisti e, cliccando sull'icona a mappamondo posta sotto la copertina, accede agli  Approfondimenti.

Per un accesso più rapido agli Approfondimenti utilizzare il QR Code posto alla fine del rispettivo Capitolo.