

Creare Prodotti E Servizi Per Catturare I Clienti Hooked Pdf Pdf

Creare Prodotti E Servizi Per Catturare I Clienti Hooked Pdf Pdf - This is likewise one of the factors by obtaining the soft documents of this **creare prodotti e servizi per catturare i clienti hooked pdf pdf** by online. You might not require more time to spend to go to the ebook inauguration as without difficulty as search for them. In some cases, you likewise complete not discover the revelation creare prodotti e servizi per catturare i clienti hooked pdf pdf that you are looking for. It will completely squander the time.

However below, bearing in mind you visit this web page, it will be therefore very simple to acquire as capably as download guide creare prodotti e servizi per catturare i clienti hooked pdf pdf

It will not understand many mature as we run by before. You can attain it even if take action something else at house and even in your workplace. consequently easy! So, are you question? Just exercise just what we allow below as well as review **creare prodotti e servizi per catturare i clienti hooked pdf pdf** what you subsequent to to read! This is likewise one of the factors by obtaining the soft documents of this **creare prodotti e servizi per catturare i clienti hooked pdf pdf** by online. You might not require more become old to spend to go to the books introduction as without difficulty as search for them. In some cases, you likewise realize not discover the broadcast creare prodotti e servizi per catturare i clienti hooked pdf pdf that you are looking for. It will categorically squander the time.

However below, in the manner of you visit this web page, it will be suitably enormously easy to get as without difficulty as download lead creare prodotti e servizi per catturare i clienti hooked pdf pdf

It will not give a positive response many get older as we tell before. You can do it even though proceed something else at house and even in your workplace. appropriately easy! So, are you question? Just exercise just what we have enough money under as well as evaluation **creare prodotti e servizi per catturare i clienti hooked pdf pdf** what you as soon as to read! - *Creare Prodotti E Servizi Per Catturare I Clienti Hooked Pdf Pdf*

Creare Prodotti E Servizi Per Catturare I Clienti Hooked Pdf Pdf FREE

[Introduction Page 5](#)

[About This Book : Creare Prodotti E Servizi Per Catturare I Clienti Hooked Pdf Pdf FREE Page 5](#)

[Acknowledgments Page 8](#)

[About the Author Page 8](#)

[Disclaimer Page 8](#)

1. Promise Basics Page 9

[The Promise Lifecycle Page 17](#)

[Creating New \(Unsettled\) Promises Page 21](#)

[Creating Settled Promises Page 24](#)

[Summary Page 27](#)

2. Chaining Promises Page 28

[Catching Errors Page 30](#)

[Using finally\(\) in Promise Chains Page 34](#)

[Returning Values in Promise Chains Page 35](#)

[Returning Promises in Promise Chains Page 42](#)

[Summary Page 43](#)

3. Working with Multiple Promises Page 43

[The Promise.all\(\) Method Page 51](#)

[The Promise.allSettled\(\) Method Page 57](#)

[The Promise.any\(\) Method Page 61](#)

[The Promise.race\(\) Method Page 65](#)

[Summary Page 67](#)

4. Async Functions and Await Expressions Page 67

[Defining Async Functions Page 69](#)

[What Makes Async Functions Different Page 81](#)

[Summary Page 83](#)

5. Unhandled Rejection Tracking Page 83

[Detecting Unhandled Rejections Page 85](#)

[Web Browser Unhandled Rejection Tracking Page 90](#)

[Node.js Unhandled Rejection Tracking Page 94](#)

[Summary Page 95](#)

Final Thoughts Page 96

[Download the Extras Page 96](#)

[Support the Author Page 96](#)

[Help and Support Page 97](#)

[Follow the Author Page 102](#)

Marketing dei servizi. Risorse umane, tecnologie, strategie Christopher Lovelock 2007

Il metodo Elon Musk Michael Valentin 2021-02-26T00:00:00+01:00 All’inizio del ventesimo secolo, il fordismo ha rivoluzionato le organizzazioni industriali, rendendosi portatore di un progresso inedito nei processi produttivi. Sessant’anni dopo, il toyotismo ha consentito l’emergere dell’eccellenza a livello operativo, sinonimo di qualità e reattività agli stimoli del mercato. Dal 2010 Elon Musk ha nuovamente stravolto le regole, ideando il teslismo, un sistema organizzativo basato sulla disruption, che nel breve volgere di un decennio è stato adottato da molte altre aziende. Il metodo Elon Musk spiega il teslismo, illustrandone i sette principi fondamentali, per consentire a tutti i lettori di comprendere, fare propri e mettere in pratica i fondamenti di questa quarta rivoluzione industriale già in atto. Quale strategia applicare all’economia del cambiamento e in mercati dagli andamenti imprevedibili? Quale modello operativo, quale tipo di management e organizzazione? Come attrarre, motivare e trattenerne i talenti? Quali relazioni sono necessarie ad alimentare la crescita? Una descrizione approfondita e per nulla indulgente, testimonianze dirette e indagini sul campo, interviste a leader e manager fanno di questo libro una lettura preziosa e fonte d’ispirazione. Il capitolo che illustra gli esempi operativi spiega come applicare il teslismo a tutte le realtà aziendali, e aiuta a comprendere il profondo insegnamento che Elon Musk sta offrendo al mondo per la creazione dell’impresa del futuro. **VISUAL BRAND IDENTITY nel mercato extralberghiero** Federico Mantuano 2021-05-31T00:00:00+02:00 A cosa presta attenzione una persona quando prenota una camera? Nulla è neutro: immagini, suoni e parole sono fondamentali per stabilire fin da subito un contatto con il tuo interlocutore. Per aumentare le vendite e i contatti è importante organizzare bene le varie fasi di confezionamento della propria immagine. Tutto deve essere coordinato, funzionale e ottimizzato. Per far questo è fondamentale essere accompagnati da una brand identity che renda memorabile e riconoscibile un’attività extralberghiera durante le fasi di prenotazione, ossia dall’insieme degli elementi grafici con cui essa si presenta ai potenziali ospiti sia online che offline. Il logo, le foto, il sito web, le parole usate e tutto ciò che rappresenta un gestore senza che lui sia presente di persona fanno parte della sua immagine, che deve dialogare con chi vuole prenotare. Questo manuale è pensato per aiutararti a confezionare o rinfrescare un’immagine che catturi l’attenzione e riempia le tue camere di ospiti ideali

Viral marketing Alessia Camera 2019-06-28T00:00:00+02:00 Il digitale ci ha permesso di cogliere opportunità uniche per sviluppare idee di marketing. La facilità con cui alcune idee arrivano sulla bocca di tutti ci può spingere a credere si tratti di una strategia semplice da sviluppare, tanto che sono in molti a essere convinti che possano bastare un video e un pizzico di social media per scatenare una valanga chiamata virale. Tutto questo, però, non consiste nell’applicazione di formule, trucchi o segreti e non arriva dalla spesa di ingenti budget in comunicazione e marketing. O forse sì, ma non basta. Il virale nasce dalla conoscenza profonda del proprio brand e del mercato. Può essere progettato con l’analisi del comportamento online e l’applicazione di metriche e processi, tutti elementi alla base dei prodotti digitali. Ma resta un’eventuale conseguenza di un progetto ben più ampio, come una ciliegina perfetta su una torta curata nei dettagli. In questo libro non troverete delle risposte certe su come sbloccare il virale, ma un insieme di strategie e casi studio che rispondono all’ambizioso obiettivo di fare chiarezza sul significato di marketing virale in un mondo che cambia alla velocità della luce.

Funnel Marketing Formula - Progetta e sviluppa sistemi di vendita efficaci online Michele Tampieri 2017-07-06T00:00:00+02:00 Questo libro accompagna il lettore nel “nuovo modo” di fare marketing online per acquisire nuovi clienti, far percepire meglio il valore dei propri servizi/prodotti e vendere praticamente ogni cosa, attraverso i “funnel di marketing”. In un mercato dove la competizione è sempre maggiore e dove i costi pubblicitari sono sempre più alti, diventa vitale affinare le tecniche e migliorare le strategie per ottimizzare gli investimenti pubblicitari in modo da ottenere un ROI (ritorno sull’investimento) positivo. I funnel servono proprio a questo! Rappresentano l’evoluzione tecnologica (e psicologica) del “sito” e sono sistemi composti da un insieme di elementi e sequenze automatizzate che hanno lo scopo di creare relazione, educazione e far vivere all’utente un’esperienza tale da portarlo all’azione voluta. Questo libro è il primo in Italia specifico sui funnel di marketing ed è un “concentrato” di informazioni, tecniche, schemi e strategie derivanti dall’esperienza di sviluppo di oltre 120 funnel per aziende, imprenditori e professionisti in oltre 20 mercati diversi.

Creare prodotti e servizi per catturare i clienti (Hooked) Nir Eyal 2015

Play Among Books Miro Roman 2021-12-06 How does coding change the way we think about architecture? This question opens up an important research perspective. In this book, Miro Roman and his AI Alice_ch3n8l develop a playful scenario in which they propose coding as the new literacy of information. They convey knowledge in the form of a project model that links the fields of architecture and information through two interwoven narrative strands in an “infinite flow” of real books. Focusing on the intersection of information technology and architectural formulation, the authors create an evolving intellectual reflection on digital architecture and computer science. *COME ATTRARRE, CONQUISTARE E MANTENERE NUOVI CLIENTI* Marcel Pacheco Scopri il segreto per crescere la tua attività in modo esponenziale con 'Come Attrarre, Conquistare e Mantenere Nuovi Clienti'. Questo libro è la tua guida completa per sviluppare una strategia di marketing che attirerà clienti in modo costante e li manterrà affezionati al tuo brand. Nel cuore di questo manuale, troverai tecniche collaudate per catturare l'attenzione del tuo pubblico di riferimento. Imparerai a identificare i tuoi clienti ideali, a creare messaggi persuasivi e a utilizzare i canali di comunicazione giusti per raggiungerli. Ma l'arte di attrarre nuovi clienti è solo l'inizio. 'Come Attrarre, Conquistare e Mantenere Nuovi Clienti' ti mostrerà anche come trasformare i potenziali clienti in clienti fedeli. Scoprirai strategie per conquistare la loro fiducia, offrire un servizio eccezionale e mantenerli coinvolti con il tuo marchio nel lungo termine. Non perdere l'opportunità di far crescere il tuo business e raggiungere nuovi livelli di successo. Prendi in mano il destino della tua attività e inizia a implementare le strategie vincenti contenute in questo libro oggi stesso.

Social Media Marketing per il turismo Josep Ejarque 2015-01-23T00:00:00+01:00 Internet ha trasformato radicalmente il turismo, ha modificato la relazione tra domanda e offerta, ha introdotto un modo diverso da parte del turista di rapportarsi con le destinazioni, le imprese e i fornitori. Ma non solo: ha cambiato la struttura del mercato, ha favorito la disintermediazione e la reintermediazione, ha creato nuovi modelli di business, modificando i canali di comunicazione e di distribuzione, inaugurando un nuovo modo di fare marketing. Oggi la domanda turistica si colloca in rete e in Internet: è qui che i turisti cercano informazioni e decidono cosa fare ma, soprattutto,

diventano promotori e raccomandatori per altri turisti. Il social media marketing rappresenta quindi una grande opportunità per le destinazioni e le imprese: coinvolgere gli utenti oggi è infatti l'unica strada per incrementare la visibilità, la riconoscibilità e la reputazione nel mercato. Il libro approfondisce come costruire strategie social vincenti, come applicare tattiche efficaci di content e viral marketing, come gestire le community nel turismo, specificando gli strumenti e le piattaforme più adatte per generare conversazioni in rete, stimolare la reputazione, la brand reputation e il sentiment, senza dimenticare di affrontare il tema estremamente attuale del mobile marketing.

Cromosoma innovazione. 20 visioni dal MIT per capire come la tecnologia riscrive la genetica delle organizzazioni Alberto Mattiello 2019-11-20 Non è necessario attendere per vedere come la tecnologia cambierà il mondo delle imprese. È sufficiente osservare le aziende e gli imprenditori che già vivono nel futuro, in una dimensione che spesso rimane nascosta. Cromosoma Innovazione e tutti i volumi della serie THE FUTURE OF MANAGEMENT sono una lettura essenziale per le leadership aziendali e raccolgono una selezione delle visioni più dirampenti provenienti dalla MIT Sloan Management Review di Boston, la principale fonte di idee al mondo sul rapporto tra tecnologia e management. Questa raccolta di riflessioni, arricchita da case studies selezionati dall’ecosistema delle imprese italiane, esplora un nuovo emergente paradigma per il business, un cromosoma che riconfigura definitivamente il codice genetico della disciplina e della pratica manageriale. Con i contributi di: Don Tapscott, autore di Wikinomics; Tim O’Reilly, inventore del 2.0; Ginni Rometty, ceo di IBM; Andrew W. Moore, responsabile AI di Google; Reid Hoffman co-founder di LinkedIn e molti altri tra i migliori contributori della MIT Sloan Managment Review.

Economia e gestione delle imprese e dei sistemi competitivi Marco Pironi 2012

Il business plan Antonello Bove 2013-07-03T00:00:00+02:00 Saper presentare un business plan in una forma completa è un tema di grande attualità, uno dei punti chiave per la gestione di qualsiasi azienda sia nella fase di start-up che in quella di espansione. Il libro si prefigge di trasferire una metodologia strutturata su un percorso in sette passi attraverso un processo di pianificazione che analizza tutti i componenti strategici di un business, da quelli finanziari a quelli di mercato a quelli di prodotto: - Executive summary - Descrizione dell’azienda - Prodotto o servizio e processo - Analisi del mercato, piano di marketing e vendite - Posizione competitiva, milestones e analisi dei rischi - Management e organizzazione - Parte finanziaria Il testo è ricco di casi di studio, dai servizi al manifatturiero, e propone, come esempio completo, il business plan di un’impresa produttrice di bevande. Il libro dedica inoltre un capitolo al business plan per organizzazioni no-profit e un capitolo all’analisi SWOT e PESTEL, con approfondimenti sul significato di strategia e pianificazione strategica. La metodologia dei 7 step è applicabile a business plan relativi a: - Start-up - Espansione aziendale - Fusione e acquisizione - Strategie di internazionalizzazione - Organizzazioni no-profit - Ristrutturazione finanziaria - Riconversione aziendali. **Indipendenti** Marco Bentivogli 2020-08-06T00:00:00+02:00 Durante la pandemia lo smart working è arrivato a coinvolgere più di 6 milioni di lavoratori. Per molti è stato un sogno, per altri un cottimo digitale a 20 ore al giorno, per altri ancora si è trattato di riposo forzato. Il “fai da te” di questi mesi è stato spesso deludente, ma lo smart working in realtà rappresenta una grande sfida di sostenibilità per riprendersi la vita e costruire un lavoro migliore. Una sfida che ha molto a che fare con la fiducia: il rapporto fra manager e lavoratore infatti si modifica, in quanto non più fondato sulla presenza fisica e sul numero delle ore di servizio, ma sui risultati ottenuti. Ma soprattutto sulla libertà e l’autonomia in opposizione alla cultura di “controllo” su cui si fondano gran parte delle organizzazioni. Si tratta di un processo di innovazione dell’impresa e dell’organizzazione del lavoro, delle città, della vita. Per questo è importante che coinvolga tutti, per approdare insieme ad un cambiamento culturale prima che organizzativo. L’autore mette in luce i vantaggi del lavoro agile senza però trascurare i pericoli di un utilizzo improprio. Questa guida pratica offre un percorso per realizzarlo nelle organizzazioni e indicazioni utili per regolare meglio diritti e doveri dello smart worker. Il messaggio è che lo smart working è un lavoro “intelligente” perchè valorizza la reciprocità e trasferisce quote di responsabilità e libertà alle persone, favorendo il loro benessere e la produttività.

Cambiare. Come progettare prodotti e servizi di successo in un mondo di incertezza 2009

Email Marketing - Acquisisci clienti e aumenta le tue vendite: quello che ogni imprenditore dovrebbe sapere sull'acquisizione clienti Guglielmo Arrigoni

2016-03-22T00:00:00+01:00 L’email è morta? Davvero ci credi? Hai mai pensato che al giorno d’oggi l’email è, invece, la chiave di accesso a qualsiasi cosa? Il mio obiettivo è spiegare l’email marketing agli imprenditori. Mi piace definire l’email come “il collante di tutte le strategie di marketing” focalizzate all’acquisizione di clienti. L’email è a tutti gli effetti uno strumento di vendita. Ed è il più importante che abbiamo. In questo libro ti spiego passo passo come sfruttarla al meglio per il tuo business. Questa è la mia teoria applicata sul campo, che oggi è diventata a tutti gli effetti pratica. Quello che scrivo è derivato completamente dalla mia esperienza, giorno dopo giorno. Un percorso che ho deciso di condividere in queste pagine e che mi porta a dire, senza timori, che l’email oggi non è affatto morta, anzi! L’email vive più che mai generando meravigliose possibilità di business, fluide, adattabili, scalabili. Vuoi sapere come si fa a vendere con l’email marketing? Grazie a questo volume lo scoprirai.

Real-Time Marketing & PR David Scott 2012-07-05T00:00:00+02:00 Il marketing e le PR stanno subendo una rivoluzione grazie all’era del web in tempo reale. La reputazione di un’azienda è costantemente in discussione sui social network e, in caso di crisi, è assolutamente necessario intervenire in real-time. Ascoltare le opinioni del pubblico attivo della Rete e iniziare una conversazione con i propri clienti è fondamentale anche per migliorare la propria offerta e realizzare prodotti e servizi in linea con le esigenze del mercato, senza perdere tempo e denaro. Utilizzare un nuovo metodo di lavoro che si adatti alla nuova velocità di internet significa spegnere sul nascere potenziali crisi d’immagine e cogliere nuove opportunità nel momento in cui si presentano. Questo libro spiega alla perfezione come farlo. I numerosi casi aziendali che riportano le teorie di marketing in real-time dimostrano che le aziende più reattive hanno più successo. Imparare da questi esempi di eccellenza sar  il vostro primo passo per fare business in tempo reale.

Growth Hacking Luca Barboni 2018-09-06T00:00:00+02:00 “Growth” significa “crescita”. “Hacking” significa “trovare soluzioni non convenzionali a dei problemi”. Il Growth Hacking è infatti un nuovo modo di fare marketing: un metodo scientifico che si basa interamente sui dati e abbatte le pareti tra il design, la programmazione e la comunicazione. Tutte queste competenze vengono riunite nella figura del growth hacker, che ha come unico obiettivo quello di far crescere i numeri che contano per

L’azienda, in ogni modo possibile. Per la prima volta in Italia, questo libro offre una visione d’insieme su tutte le tecniche utilizzate dagli imprenditori della Silicon Valley per lanciare un prodotto innovativo, partendo da zero e arrivando a milioni di utenti. Dal metodo “Lean” alla progettazione di esperimenti di marketing, questo volume traccia un percorso di crescita utile sia a professionisti e studenti, che vogliono abbracciare questa nuova corrente di pensiero, sia ad imprenditori che vogliono investire nelle loro idee, ma non sanno da dove partire o come sbloccare una crescita stagnante. Non si tratta di un trucco, ma di replicare nella tua azienda gli stessi processi che hanno trasformato startup come Airbnb, Dropbox, Facebook e molte altre nei colossi che sono oggi. Questo è il Growth Hacking.

Scansatevi dalla Luce James Williams 2023-04-14 Quanto è importante l’attenzione? Per James Williams, prima strategist di Google poi filosofo formatosi a Oxford, la più recente minaccia alla libertà degli uomini viene dai sistemi di persuasione intelligente che sempre di più indirizzano i nostri pensieri e le nostre azioni. Mentre le tecnologie digitali rendevano abbondanti le informazioni, la nostra attenzione è diventata la risorsa che scarseggia e che le tecnologie competono per catturare, senza preoccuparsi di seguire gli obbiettivi che ci prefissiamo e aiutarci a raggiungerli. Abbiamo derubricato i danni che ne derivano come ‘distrazioni’ o piccoli fastidi: ma sono proprio questi, invece, a minare l’integrità della volontà umana a livello individuale e collettivo. Liberare l’attenzione dalle forze della persuasione intelligente può dunque essere il più importante compito morale e politico di questa epoca. Tenendo in equilibrio le nozioni dell’antica Grecia e quelle della Silicon Valley, l’analisi ragionata e appassionata di Williams fa luce su un aspetto cruciale dell’epoca in cui viviamo.

JavaScript. **Imparare per progetti** Shelley Cashman 2001

Manuale di disobbedienza digitale Nicola Zamperini 2018-08-04T00:00:00+02:00 Quali sono gli effetti di ogni nostra interazione con Facebook, Google o Amazon? Cosa ci rubano gli algoritmi? Quali porzioni di noi stessi stiamo cedendo? Esiste un modo per difendersi? Manuale di disobbedienza digitale racconta la genesi culturale delle techno-corporation, le multinazionali che grazie alla tecnologia dominano la nostra vita quotidiana. Burning Man, un festival di arti nel deserto del Nevada, ha conferito alle aziende della Silicon Valley l’infrastruttura ideale su cui edificare un’inarrestabile crescita. Il libro ne narra la storia, analizzando lo snaturamento che gli algoritmi hanno provocato su alcune dimensioni centrali della nostra esistenza: dall’amicizia alla memoria, dalla nascita alla morte. E propone anche una via d’uscita dalla gabbia digitale in cui siamo rinchiusi: un “ennalogo” di azioni pensate per attuare una sorta di disobbedienza e provare a fuggire dal rischio predittivo delle nostre azioni, funzione ultima di ogni algoritmo.

Rivoluzione LinkedIn Gianluigi Bonanomi 2023-07-24 LinkedIn è sia un social network (relazioni) sia un social media (comunicazione). Permette non solo di cercare lavoro, ma anche di fare networking e generare opportunità commerciali. Questo se andiamo a caccia di contatti. Ma come fare in modo che siano loro a trovare noi? Occorre ristrutturare il profilo da due punti di vista: il posizionamento con le keyword giuste (si parla di LinkedIn SEO) e l’efficacia comunicativa (i contenuti: post e articoli). Per entrambi i compiti possiamo sfruttare l’intelligenza artificiale. Nel testo si trovano molti casi di studio, indicazioni pratiche e oltre una trentina di strumenti, per lo più gratuiti.

Codice Montemagno eBook Marco Montemagno 2017-01-01 Questo libro è una raccolta dei più interessanti concetti contenuti nei video e nei workshop di Marco Montenegro, destinati ad aiutare chi è interessato a mettersi in proprio facendo leva sull’online.

Brave New Work. Siete pronti a reinventare la vostra organizzazione? Aaron Dignan 2023-09-18 Quando le startup e le organizzazioni globali in rapida espansione si bloccano, chiamano Aaron Dignan. E lui ha scoperto che tutte, da Wall Street alla Silicon Valley, sono affossate dalle stesse frustrazioni: mancanza di fiducia, colli di bottiglia nel processo decisionale, fun-zioni e team a silos, sovraccarico di riunioni ed e-mail, fatica nel redigere il budget, pen-siero a breve termine. A rallentarci e farci sentire meno umani non sono le persone, né i leader. Bensì il nostro Sistema Operativo, ossia i principi e le pra-tiche che definiscono la nostra cultura. Asfis-siato da burocrazia, gerarchia e compliance, il nostro modo di lavorare non funziona più. Siete pronti a ridargli respiro? Il primo passo è riconoscere che le organizzazioni non sono macchine da programmare e controllare ma sistemi umani complessi, ricchi di potenziale che non aspetta altro che di essere liberato. Immaginate:
• una banca che ha abbandonato il budgeting tradizionale e sbaragliato i competitor.
• un’azienda di elettrodomestici che si è divi- sa in 2000 unità operative indipendenti ge- nerando una rapida crescita.
• un team che ha risparmiato 3 milioni di dollari all’anno cancellando una singola ri- unione a cadenza mensile... Le loro storie possono sembrare inverosimili, ma in Brave New Work scoprirete come queste e altre organizzazioni stiano inventando un modo di lavorare più intelligente, sano ed effi-cace grazie a un’ondata di autonomia, fiducia e trasparenza. Che siate a capo di un team di dieci o diecimila persone, migliorare il vostro Sistema Operativo è la cosa più potente che possiate fare.

Team Human Douglas Rushkoff 2020-06-25 Come abbiamo trasformato le tecnologie digitali in acceleratori di una crescita sorda ai bisogni della società?Da questa e altre domande Douglas Rushkoff fa emergere l’indagine in Team Human: un manifesto per il 21esimo secolo, composto da una raccolta di cento pensieri sul rapporto tra uomo, tecnologia, economia e digitale.Secondo Rushkoff c’è una corrente sotterranea che usa la tecnologia per ottimizzare gli esseri umani per il mercato, occorre portarla alla luce e iniziare invece a ottimizzare la tecnologia per il nostro futuro. Team Human rappresenta quindi un invito all’azione per ripensare l’uomo come abilitatore e includere i valori umani, che corriamo il rischio di dare per scontati, all’interno dell’infrastruttura tecnologica. Occorre superare questo tech-clash proprio a partire dal concetto di collaborazione.Rushkoff aggiunge quindi qualcosa di nuovo al dibattito su uomo e digitale, qualcosa che ci ha sempre caratterizzato nella storia: il bisogno di fare squadra, perché l’essere umano è un team e l’evoluzione è un atto collaborativo. L’invito è il seguente: unisciti, non sei solo.

Strategie coll̄borative e creazione di valore. Esperienze di imprese e organizzazioni del Friuli Venezia Giulia Friuli Innovazione 2010-06-29T00:00:00+02:00 1490.18

Competere in un mondo piatto. Inventare l’impresa in un mondo senza confini Victor K. Fung 2008

Le spese di rappresentanza, propaganda, pubblicità e sponsorizzazione Ezio Tartaglia 2010

Più vendite in meno tempo Jill Konrath 2018-05-14T00:00:00+02:00 Sentirsi oberati di lavoro e in costante affanno è sempre più la condizione comune a imprenditori, manager e professionisti. E a chi è coinvolto nelle attività di vendita. Clienti sempre più esigenti, target in continuo aumento, prodotti e servizi sempre diversi, nuove tecniche da imparare. E in più, l’ossessione di restare sempre connessi a email e social media, strumenti essenziali per sviluppare relazioni e intelligence e per intraprendere azioni di vendita sempre nuove, ma anche fonte di continua distrazione. Partendo dalla propria situazione personale, Jill Konrath illustra in questo libro un percorso strutturato per uscire dalla trappola e imparare a vendere di più in meno tempo: recuperare almeno un’ora al giorno eliminando distrazioni e attività superflue; concentrarsi sulle attività a maggiore impatto sui risultati di vendita; ottimizzare il processo di vendita per eliminare ridondanze e sprechi; trasformare il proprio mindset per acquisire nuove abitudini più; produttive e stare al top del mercato con meno sforzo. Strategie efficaci e semplici da attuare, basate sulle più; avanzate ricerche scientifiche e ritagliate sulle esigenze dei professionisti della vendita.

Dimagrire non basta Debora Conti 2020-03-13 Sei stanca o stanco di seguire indicazioni imposte? Che non durano? Per poi chiederti perché non funziona per te? Rassicurati, non ha funzionato finora perché alla nostra mente non piacciono le imposizioni. Se dimagrire non basta, cosa manca allora? «La svolta identitaria e il piacere nel dimagrimento» racconta l’autrice Debora Conti. Vorresti dimagrire bene e una volta per tutte ascoltando il tuo stomaco, i tuoi gusti e ritornando a mangiare per amore del cibo e del corpo? Parti dalla mente e non accontentarti delle “giuste indicazioni”. Perché? Perché la tua mente inconscia ha innanzitutto voglia di soddisfare bisogni emotivi: segui il libro per farlo in modo utile.. e liberatorio! Ecco un libro ricco di esercizi spiegati passo passo e che ti ridona la libertà di prenderti cura di te. Non dimagrire per una cerimonia o per la prossima estate! Qui impari a farlo per te, per i tuoi organi, le cellule, perfino per i batteri che vivono nel tuo intestino. Leggendo questo libro dimagrisci senza sforzo: tra esercizi e psicologia applicata ritrovi il metodo Giusto Peso Per Sempre ideato dall’autrice, per lavorare con la mente abitudinaria, emotiva, conflittuale. Debora Conti è autrice di altri libri best e long seller, è coach professionista, trainer di programmazione neurolinguistica (PNL), è laureata in psicologia ed esperta di comunicazione efficace e intelligenza emotiva (QE).

Platform Thinking Daniel Trabuocchi 2023-09-29T00:00:00+02:00 «Platform Thinking» è la capacità di mettere i meccanismi basati sulle piattaforme al centro delle trasformazioni digitali delle imprese. Piattaforme digitali come Uber, Spotify, Airbnb, Booking.com e molte altre hanno completamente ridisegnato la vita quotidiana di milioni di utenti. Tuttavia, molti dei manager deputati a guidare i processi di innovazione all’interno delle aziende faticano a concepire l’importanza del loro impatto in organizzazioni di ogni tipo e dimensione, convinti che i modelli di business basati sulle piattaforme siano il regno esclusivo delle startup ipertecnologiche, dei servizi digitali e degli unicorni. Gli autori dimostrano, al contrario, che il potenziale di creazione di valore insito nelle piattaforme è più alto di quanto si sospetti e guidano passo passo i lettori nella complessità di questi ecosistemi, introducendoli in un vero e proprio nuovo modo di pensare. I loro occhi saranno allenati a guardare oltre ciò

che è visibile, scorgendo le traiettorie percorse dall’innovazione: in questo modo inizieranno a leggere il mondo delle piattaforme in un processo di apprendimento che insegnerà loro a disegnare da zero nuovi modelli imprenditoriali e di crescita. Risultato di un decennio di ricerche e di esperienze a fianco delle imprese, il libro offre un solido quadro di riferimento e strumenti pratici per promuovere la trasformazione digitale in qualsiasi organizzazione, rivolgendosi in particolare a coloro che sono interessati allo scintillante mondo delle piattaforme e stanno ancora cercando di capirlo.

GOVERNANCE OF/THROUGH BIG DATA. Volume I Giorgio Resta 2023-05-20 These two volumes collect twenty five articles and papers published within the “Governance of/through Data” research project financed by the Italian Ministry of Universities. The research project, which was promoted by Roma Tre University, as project lead, and saw the participation of professors and reseachers from Bocconi University in Milan; LUMSA University in Rome; Salento University in Lecce and Turin Polytechnic, cover multiple issues which are here presented in five sections: Algorithms and artificial intelligence; Antitrust, artificial intelligence and data; Big Data; Data governance; Data protection and privacy. DOI: 10.13134/979-12-5977-173-5

Stop the Scroll Gianluigi Bonanomi 2020-09-03 La comunicazione digitale ha regole e logiche proprie: si può pescare dal mondo della pubblicità e del copywriting, dalla negoziazione e dalla persuasione, addirittura della psicologia e dalla neurologia, dalle scienze comportamentali e dalla fotografia, ma occorre calibrare tutto per canali e pubblici specifici.Questo libro racconta genesi, applicazione ed esempi riguardanti il metodo O.P.E.R.A. (ideato dall’autore Gianluigi Bonanomi), pensato per dare un modello facilmente replicabile a chi vuole creare contenuti online, sui social media in particolare.Ogni capitolo sviscera una delle lettere dell’acronimo O.P.E.R.A.: (O) si parla di obiettivi della comunicazione, (P) di come individuare il perché – il problema o il pain – dei lettori, (E) della parte emozionale e (R) di quella razionale della comunicazione – che conta per il 95% – (A) per concludere con un’efficace chiamata all’azione.Il testo è sostenuto da evidenze scientifiche prese dal mondo del neuromarketing e completato da decine di esempi.

L’attenzione rubata. Perché facciamo fatica a concentrarci Johann Hari 2023-06-13T00:00:00+02:00 Secondo recenti ricerche gli studenti universitari riescono a concentrarsi su un’attività per appena venti secondi alla volta e gli impiegati, in media, per soli tre minuti. Come molti di noi, Johann Hari è rimasto disorientato dalla facilità con cui perdiamo l’attenzione. Ha provato di tutto per recuperare la sua capacità di concentrarsi, anche a eliminare il cellulare e internet dalla sua vita per più di tre mesi, ma nulla ha funzionato. Per cercare di risolvere il problema, ma soprattutto per comprenderne le origini, Hari intraprende un viaggio per intervistare i maggiori esperti mondiali di scienze cognitive specializzati sul tema, scoprendo che tutto quello che pensiamo di sapere sull’argomento è clamorosamente sbagliato. Dagli ingegneri della Silicon Valley in grado di catturare e non lasciar andare il focus degli utenti, fino ai cali di attenzione che si sono registrati in quantità apparentemente inspiegabili nelle favelas di Rio de Janeiro, Hari indaga e cerca di capire non solo le cause che mettono a repentaglio la nostra concentrazione ma anche le possibili soluzioni che possiamo adottare. L’attenzione rubata è una guida necessaria per tornare a guardare con attenzione alla nostra vita, ai nostri amici, ai nostri interessi e, soprattutto, a noi stessi, prima che sia troppo tardi.

Customer Success. Perché saranno i clienti a guidare il futuro della tua impresa Alberto Mattiello 2022-01-27 “Nel mondo B.C. (Before Cloud), le aziende potevano concentrarsi totalmente sulle vendite e sul marketing, dando per scontato che i clienti rimanessero ‘incastrati’ dopo l’acquisto. Tutti i processi post-vendita non rappresentavano altro che dei costi.” Lincoln Murphy Il nuovo scenario digitale è destinato ad appiattire i vantaggi competitivi tradizionali. Le aziende che non sapranno coniugare una gestione smart dei Dati a propria disposizione a una strategia di Customer Success rischiano l’estinzione. Il Customer Success è un framework organizzativo cross-funzionale, derivato dai modelli As A Service (XaaS) e dalla Subscription Economy, grazie al quale tutti i dipartimenti dell’azienda, lavorando in modo integrato, generano maggior valore per i clienti.

Qualità, certificazione e prove. Guida alla qualificazione di processo, prodotto e servizio Stefano De Falco 2009-09-24T00:00:00+02:00 100.723

Il segreto dei giganti Timothy Ferriss 2019-07-29T00:00:00+02:00 Timothy Ferriss è molto più di un mental coach: è diventato ormai un campione del web, con milioni di follower, e con i suoi libri, “Bibbie” del saper vivere, ha catturato legioni di lettori. Di sicuro è uno che non ha paura di niente: ogni volta che si prefigge di imparare qualcosa, che sia una lingua orientale, un’arte marziale, una strategia infallibile di management, Tim sa come fare. Ma Ferriss è diventato quello che è oggi perché ha tratto ispirazione da tanti giganti, come li chiama lui, che ha scovato in giro per il mondo, ciascuno maestro nella sua disciplina. E da loro ha carpito i segreti che li hanno resi le persone che sono oggi. Maghi degli scacchi, divi hollywoodiani, militari pluridecorati, super-atleti, scrittori da milioni di copie, grandi manager, guru della meditazione, star della medicina, assi della finanza: basta scegliere il personaggio più affine ai nostri sogni, la nostra icona. Qui ritroviamo distillato il “Ferriss-pensiero”, nonché il suo istinto infallibile per il meglio di tutto ciò che è mainstream, cultura di massa. Entreremo in possesso di una vera e propria cassetta degli attrezzi, un kit di strumenti per cambiare la nostra vita. Suddiviso in tre grandi sezioni – salute, ricchezza, saggezza, perché per raggiungere il successo e la felicità ci vogliono tutte e tre –, Tim ha concepito questo manuale di vita come un sontuoso buffet da cui prendere ciò che fa più gola. È il libro che voleva da sempre: si è divertito a scriverlo, sapendo che noi ci divertiremo a leggerlo.

Creare Business Plan For Dummies Veechi Curtis 2015-03-31T00:00:00+02:00 Istruzioni step-by-step per creare un business model che funziona davvero. Sia che si stia iniziando una nuova attività, sia che si lavori per rafforzare o espanderne una già avviata, un buon business plan è la road map per il successo. Ecco il libro che insegna a sviluppare un piano di marketing con obiettivi realistici e a stendere un business plan vincente. Con utili consigli pratici per nutrire il proprio spirito imprenditoriale e utili template per costruire più facilmente business plan su misura. Che siate in affari da molto tempo o che stiate per intraprendere una nuova attività, un buon business plan è la road map per il successo. Ecco il libro che insegna a sviluppare un piano di marketing con obiettivi realistici e a stendere un business plan vincente. Con numerosi consigli pratici per nutrire il proprio spirito imprenditoriale e utili template per costruire più facilmente business plan su misura.
• Identificate il vostro vantaggio – capite dove si trova il vostro vantaggio strategico e chi sono i vostri competitor
• Comprendete tutti gli aspetti di un conto economico – imparate tutto ciò che occorre sapere su margini, utile lordo, previsioni di utili e perdite
• Sviluppate un piano di marketing forte – esplorate il vostro mercato di riferimento, ponetevi obiettivi credibili e fate crescere le vendite
• Coltivate uno spirito imprenditoriale – sostenete le innovazioni e lasciatevi guidare dalla vostra creatività
Disponibili online agili modelli in Excel che semplificano la realizzazione di un business plan

Di chi possiamo fidarci? Rachel Botsman 2017-11-06T00:00:00+01:00 Dal governo alle aziende, dalle banche ai media, la fiducia nelle istituzioni non era mai stata così scarsa. Eppure quella in cui viviamo non è l’era della sfiducia: è l’esatto opposto. In questo libro rivoluzionario, l’esperta di fiducia Rachel Botsman rivela che siamo di fronte a una delle trasformazioni sociali più profonde nella storia dell’umanità, e che avrà conseguenze importanti per tutti noi. Sta emergendo un nuovo ordine mondiale: abbiamo perso la fede nella classe dirigente e nei leader, ma milioni di persone prestano le loro case a perfetti sconosciuti, scambiano valute digitali online e scoprono di potersi fidare di un robot. Con esempi che spaziano dai mercanti del Maghreb nell’XI secolo agli spacciatori di droga sulla darknet, l’opera mostra che la fiducia non è più di natura locale o istituzionale ma, grazie alla tecnologia, è diventata una ‘fiducia distribuita’ che rappresenta al contempo un pericolo e una straordinaria opportunità. Se vogliamo volgere a nostro favore questo mutamento epocale, dobbiamo comprendere i meccanismi con cui la fiducia si costruisce, si gestisce, si perde e si ritrova nell’era digitale. Nel primo libro che racconta questo nuovo mondo, Botsman traccia una mappa dettagliata dei territori inesplorati e rivela cosa c’è in serbo per l’umanità.

Corporate sustainability e competitività delle imprese. Lo sviluppo sostenibile come opportunità per un nuovo modo di fare impresa Roberta Sebastiani

2014-05-27T00:00:00+02:00 365.1056

Perché l’intelligenza umana batte ancora gli algoritmi Gerd Gigerenzer 2023-02-28T00:00:00+01:00 Più dati sono sempre una buona cosa? Gli algoritmi prendono davvero decisioni migliori degli umani? Attingendo a decenni di ricerca sul processo decisionale in condizioni di incertezza, Gerd Gigerenzer sostiene l’importanza duratura del discernimento umano in un mondo automatizzato. Dalle app di incontri e dalle automobili a guida autonoma al riconoscimento facciale e al sistema giudiziario, la crescente presenza dell’intelligenza artificiale è stata accolta con favore, ma presenta anche limiti e rischi. Gigerenzer mostra come la fiducia in algoritmi complessi, quando sono coinvolte le persone, possa portare a illusioni di certezza che diventano una ricetta perfetta per il disastro. Ora più che mai abbiamo bisogno di armarci di conoscenze su come prendere decisioni migliori nell’era digitale. Denso di esempi pratici, il libro esamina il ruolo sempre più rilevante dell’intelligenza artificiale in ogni ambito della vita quotidiana. È una zattera di salvataggio in un mare di informazioni e un invito a plasmare attivamente il mondo in cui vogliamo vivere.