



tutti coloro che sono coinvolti nella gestione di imprese grandi e piccole i preziosi consigli che Montgomery condivide con i suoi interlocutori diretti e, distillando le esperienze e le osservazioni raccolte durante le lezioni, aiuta tutti a sviluppare le competenze e le sensibilit  a necessarie a diventare un vero stratega. Un ruolo difficile ma imprescindibile, perch    nelle attuali turbolenze di mercato un leader che non   padrone della strategia   destinato a soccombere.

Imprese 5.0: veloci senza fretta

Il futuro possibile

Le decisioni del consumatore

L'Italian Way of Doing Industry

Manuale narrato: racconti, suggerimenti e tecniche per il fare impresa dopo la pandemia

Il marketing per crescere. 8 percorsi per vincere

364.170

This book proposes a new framework to effectively manage both offensive and defensive marketing strategies. It reinterprets the competitive challenge as a circular journey, that is, an endless sequence of three competitive "seasons." The authors call them the games of movement, imitation, and position.

Se pensate che le aziende non possano svilupparsi in un’economia a basso tasso di sviluppo, Philip Kotler (il guru del marketing) e Milton Kotler (quarant’anni di esperienza nel marketing strategico) vi faranno cambiare idea. In questo libro potrete veder

Argues against common competitive practices while outlining recommendations based on the creation of untapped market spaces with growth potential.

Il ritorno della strategia

Le medie imprese italiane dell'era globale

Strategia oceano blu. Vincere senza competere

Strategie e giochi competitivi

Strategia

**The Human Side of Organizations in the Fourth Industrial Revolution**

"Jugaad Innovation is the most comprehensive book yet to appear on the subject [of frugal innovation]." --The Economist
A frugal and flexible approach to innovation for the 21st century
Innovation is a key directive at companies worldwide. But in these tough times, we can't rely on the old formula that has sustained innovation efforts for decades—expensive R&D projects and highly-structured innovation processes. Jugaad Innovation argues the West must look to places like India, Brazil, and China for a new approach to frugal and flexible innovation. The authors show how in these emerging markets, jugaad (a Hindi word meaning an improvised solution born from ingenuity and cleverness) is leading to dramatic growth and how Western companies can adopt jugaad innovation to succeed in our hypercompetitive world. Outlines the six principles of jugaad innovation: Seek opportunity in adversity, do more with less, think and act flexibly, keep it simple, include the margin, and follow your heart
Features twenty case studies on large corporations from around the world—Google, Facebook, 3M, Apple, Best Buy, GE, IBM, Nokia, Procter & Gamble, PepsiCo, Tata Group, and more—that are actively practicing jugaad innovation
The authors blog regularly at Harvard Business Review; their work has been profiled in BusinessWeek, MIT Sloan Management Review, The Financial Times, The Economist, and more
Filled with previously untold and engaging stories of resourceful jugaad innovators and entrepreneurs in emerging markets and the United States
This groundbreaking book shows leaders everywhere why the time is right for jugaad to emerge as a powerful business tool in the West—and how to bring jugaad practices to their organizations.

A differenza dei diamanti, lo status quo non mai per sempre. Parte da questa provocazione, ispirata a una celebre campagna pubblicitaria, l’originale prospettiva strategica presentata. Il libro ricorda la circolarit del nostro destino che, nel confronto competitivo, si traduce nella successione dinamica dei giochi di movimento, imitazione e posizione. All’interno di questo effi cace schema interpretativo, il libro suggerisce la formulazione di numerose strategie offensive e difensive. La vera capacit competitiva dell’impresa non risiede soltanto nella conoscenza della strategia, quanto nella comprensione del contesto evolutivo in cui essa si muove e nel quale manovre ortodosse e non ortodosse possono prendere forma. In questa prospettiva il testo offre a tutti, manager e studiosi, validi criteri per individuare le soluzioni vincenti nei mercati da gestire oggi e da immaginare per domani.

Fino a ieri, lo smartphone era un’arma di distrazione di massa. Oggi, nell’era del COVID-19, tutto   cambiato. Con il telefonino hai imparato, per forza o per amore, a fare cose di valore. Hai comunicato, lavorato, sognato, progettato: hai vissuto. Oggi lo smartphone   un computer potentissimo, uno splendido produttore di contenuti, un assistente, un organizzatore, un segretario e un compagno di viaggio. Questo libro ti aiuter  a sfruttarne appieno le potenzialit , partendo dal linguaggio visivo della mobile content creation. Con questa cultura potrai raccontarti meglio, raggiungere pi  clienti, cambiare le tue azioni giornaliere e i tuoi obiettivi. Potrai crearti un lavoro, allargare il tuo pubblico, interagire con pi  persone in modo efficace. Ora sta a te. Dopo aver subito per anni i messaggi, le notifiche e tutti stimoli che arrivano, prendi in mano lo smartphone e comincia a usarlo tu, come produttore e diffusore dei messaggi importanti per la tua vita e per il tuo lavoro. Il tuo futuro   adesso: evolvì e raccontalo con il tuo smartphone.

1060.182

Web marketing manager & digital strategist. La bibbia delle nuove professioni web

Un tesoro emergente. Le medie imprese italiane dell'era globale

Il marketing per lo studio legale. Con CD-ROM

Come comunicare il Terzo Settore. Che la mano sinistra sappia quel che fa la destra

Jugaad Innovation

Sin dagli albori dell'era industriale, le imprese hanno ingaggiato una battaglia senza quartiere per accaparrarsi un vantaggio nel sanguinante oceano rosso della competizione, colmo di rivali che lottano per un potenziale di profitti sempre pi  ridotto. Ma quali prospettive di crescita potrebbero avere se, invece, operassero senza alcuna concorrenza, in uno spazio di mercato incontestato, dalle possibilit  illimitate come quelle di un oceano blu? Attraverso uno studio condotto in oltre trenta settori, su un arco di tempo che varca il secolo, Kim e Mauborgne hanno elaborato un modello sistematico, replicabile da qualsiasi impresa, per scoprire per primi nuove e inedite opportunit  di crescita. Strategia Oceano Blu porta un messaggio carico di ispirazione: il successo non dipende dalla concorrenza spietata n  da costosi budget di marketing e R&S, ma da mosse strategiche brillanti, adatte a un uso sistematico da parte di tutte le imprese. Novit  in Appendice: "Come la strategia modella la struttura" di W. Chan Kim e Ren e Mauborgne, tratto da Harvard Business Review.

Circa 10 anni fa il mondo del lavoro   stato invaso da una nuova epidemia che colpiva tutti i responsabili marketing e creativi delle aziende. L'epidemia si chiamava: web marketing manager! Qualsiasi preparazione precedente veniva cancellata per esaltare questo nuovo approccio. Tutti diventavano magicamente esperti e si vendevano come guru, specialist, fondatori di metodi innovativi. Ma le competenze e le qualit  richieste dove venivano apprese? Il fai da te del web marketing   iniziato cos  selvaggiamente. Ancor oggi viviamo di questo pressapochismo che porta le aziende a non fidarsi pi  dei professionisti del settore e a diffidare degli esperti last minute. Web Marketing Manager & Digital Strategist   il primo manuale italiano, scritto da docenti universitari che sono anche professionisti del mondo web, che delinea le competenze e le professionalit  richieste alle figure di web marketing manager & digital strategist. L'esperienza e l'alta preparazione dell'autore e dei contributori, l'assiduo contatto con le grandi aziende italiane hanno portato alla nascita di questa bibbia delle nuove professioni web. Nel volume troverai tutte le competenze e abilit  richieste a queste figure professionali, e le modalit  di formazione e di conoscenze necessarie per specializzarsi in questo settore e ottenere successo.

NEW YORK TIMES BESTSELLER #1 WALL STREET JOURNAL BESTSELLER USA TODAY BESTSELLER BLUE OCEAN SHIFT is the essential follow up to Blue Ocean Strategy, the classic and 3.6 million copy global bestseller by world-renowned professors W. Chan Kim and Renee Mauborgne. Drawing on more than a decade of new work, Kim and Mauborgne show you how to move beyond competing, inspire your people's confidence, and seize new growth, guiding you step-by-step through how to take your organization from a red ocean crowded with competition to a blue ocean of uncontested market space. By combining the insights of human psychology with practical market-creating tools and real-world guidance, Kim and Mauborgne deliver the definitive guide to shift yourself, your team, or your organization to new heights of confidence, market creation, and growth. They show why nondisruptive creation is as important as disruption in seizing new growth. BLUE OCEAN SHIFT is packed with all-new research and examples of how leaders in diverse industries and organizations made the shift and created new markets by applying the process and tools outlined in the book. Whether you are a cash-strapped startup or a large, established company, nonprofit or national government, you will learn how to move from red to blue oceans in a way that builds your people's confidence so that they own and drive the process. With battle-tested lessons learned from successes and failures in the field, BLUE OCEAN SHIFT is critical reading for leaders, managers, and entrepreneurs alike. You'll learn what works, what doesn't, and how to avoid the pitfalls along the way. This book will empower you to succeed as you embark on your own blue ocean journey. BLUE OCEAN SHIFT is indispensable for anyone committed to building a compelling future.

Do ethics pay? In an attempt to answer this question, the authors analyze the economic theories that might rehabilitate ethics in the world of sales and turn them into an effective tool for conducting negotiations. This book proposes a "bottom-up" approach that starts from an analysis of sales activities to build a business style that, if adopted by an entire organization, can make the difference thus enhancing the company's success. Italian culture provides a backdrop to the book; the authors reinterpret the particular nature of the country's economic and social fabric and integrate this into an approach to business that can create authentic relationships, shared prosperity and quality of life across other cultures. Sale Ethics stimulates the development of a self-entrepreneurial mind-set that is useful in any field, and provides a simple and effective method of capitalizing on your own talents while respecting others and at the same time garnering the rewards of ethical behavior.

Che la mano sinistra sappia quel che fa la destra

Branding 20 principi per il successo

Piccolo manuale. Strategia oceano blu. Le regole per vincere senza competere

I Principi del Barman - [Principia Bartender] - Libro Primo

Smartphone Evolution. Scopri cosa puoi fare col tuo cellulare e rilancia il tuo lavoro e la tua vita

Memorie di management