

Indice

| | |
|---|-----------|
| Premessa | IX |
| Introduzione | 1 |
| Parte prima. Dal management 1.0 alla social organization | |
| 1 L'assessment organizzativo e culturale | 15 |
| 1.1 Che cos'è una social organization | 15 |
| 1.2 I dieci alibi del top manager ostile all'innovazione 2.0 | 16 |
| 1.3 Le tre componenti chiave della mass collaboration | 18 |
| 1.4 La rivoluzione social e le aziende: il modello di sviluppo organizzativo a quattro stadi | 19 |
| <i>Volontà, di David Bevilacqua (Cisco)</i> | 37 |
| 2 Mappare e strutturare le community | 41 |
| 2.1 Collaborazione vecchia e nuova | 41 |
| 2.2 Il processo di change management: il secondo step | 42 |
| 2.3 Scegliere le community da creare | 43 |
| 2.4 Identificare i membri della community | 45 |
| 2.5 L'organizational network analysis | 45 |
| 2.6 Sviluppare la visione della community | 46 |
| 2.7 Sviluppare la strategia | 47 |
| 2.8 Focalizzare la proposta di valore | 47 |
| 2.9 Lanciare la community | 48 |
| 2.10 Guidare la community | 49 |
| <i>Anche il fashion diventa social, di Emanuela Bonadiman (Gucci)</i> | 50 |

| | | |
|----------|--|-----------|
| 3 | Scegliere la piattaforma collaborativa | 53 |
| 3.1 | Un mercato in crescita che offre tante soluzioni | 53 |
| 3.2 | Distinzione fra unified communication e social media | 53 |
| 3.3 | Piattaforme integrate di enterprise collaboration | 54 |
| 3.4 | Le dieci regole per scegliere le giuste applicazioni | 62 |
| | <i>Contaminazioni e destini incrociati, di Giuseppe Addezio (Pirelli)</i> | 64 |
| 4 | Costruire il team per il cambiamento e un nuovo modello di leadership | 69 |
| 4.1 | Il team per la gestione strategica del cambiamento | 69 |
| 4.2 | Un nuovo stile di leadership 2.0 | 72 |
| | <i>Cultura d'impresa social e intelligenza collaborativa, di Paola Cavallero (NOKIA)</i> | 80 |
| 5 | Definire il ROI del lavoro collaborativo | 83 |
| 5.1 | Che cosa rischia chi <i>non</i> investe nella collaborazione emergente | 83 |
| 5.2 | Che cosa rischia chi investe nella collaborazione emergente | 87 |
| 5.3 | I driver del successo | 89 |
| 5.4 | Coniugare efficacia ed efficienza | 90 |
| 5.5 | Allineamento | 92 |
| 5.6 | Esperti online | 92 |
| | <i>La potenza trasformativa dei social media, di Gianluca Spina (MIP)</i> | 93 |

Parte seconda. Una social media strategy per le Risorse Umane

| | | |
|----------|---|------------|
| 6 | Employer branding 2.0: creare la community dei futuri talenti dell'impresa | 97 |
| 6.1 | Dieci motivi per cui i professionisti HR dovrebbero evitare i social media | 97 |
| 6.2 | La direzione HR come chiave di volta del cambiamento organizzativo 2.0 | 101 |
| 6.3 | Employer branding online | 103 |
| | <i>Creare la community dei futuri talenti d'impresa, di Antonio Migliardi (Telecom)</i> | 107 |
| 7 | Recruitment online: costruire una community multicanale e transmediale | 111 |
| 7.1 | Superare l'approccio 1.0 al recruiting è possibile? | 111 |
| 7.2 | Un approccio multicanale | 113 |

| | | |
|---|--|------------|
| 7.3 | L'approccio multicanale efficiente e strutturato: i recruitment management software | 120 |
| | <i>Ricomincio da tre (community)</i> , di <i>Giancarlo Campri</i> (Hera) | 121 |
| 8 | La comunicazione interna 2.0 per la trasformazione dei dipendenti in collaboratori | 125 |
| 8.1 | Nuove figure professionali per un nuovo ruolo | 125 |
| 8.2 | Le attività da presidiare | 126 |
| 8.3 | Le professionalità 2.0: attitudini e competenze | 130 |
| 8.4 | L'avvento dei social portal | 132 |
| | <i>Un social portal per promuovere la comunicazione interna a leva strategica del cambiamento</i> , di <i>Fabio Bernardi</i> (Ottica Avanzi) | 135 |
| 9 | Dalle famiglie professionali alle learning community | 139 |
| 9.1 | Il social learning, cuore pulsante di una social media strategy per l'HR 2.0 | 139 |
| 9.2 | Gamification | 140 |
| 9.3 | L'importanza di una conoscenza condivisa del web 2.0 | 141 |
| 9.4 | Educare all'uso dei social media | 143 |
| 9.5 | Passare alle community | 147 |
| 9.6 | Un nuovo centro servizi HR 2.0 | 151 |
| | <i>Trasformare la cultura aziendale? Un gioco!</i> , di <i>Gianluca Ventura</i> (Vodafone) | 154 |
| 10 | Linee guida per una social media policy | 157 |
| 10.1 | La policy, pietra angolare della HR social media strategy | 157 |
| 10.2 | Compliance e legal | 159 |
| 10.3 | Elementi base di una social media policy | 160 |
| 10.4 | Netiquette | 165 |
| 10.5 | Altri documenti da integrare alla policy | 169 |
| 10.6 | Implementare la policy | 170 |
| | <i>Tra pubblico e privato: basta una policy?</i> , di <i>Paolo Cornetta</i> (UniCredit) | 171 |
| Parte terza. Il cambiamento dalla C alla C | | |
| 11 | Co-generazione di valore | 175 |
| 11.1 | Che cos'è la co-generazione di valore? | 175 |

| | | |
|-----------|--|------------|
| 11.2 | Il tesoro nascosto della social organization: i dieci processi chiave secondo McKinsey | 177 |
| | <i>A dialogo con i risparmiatori</i> , di <i>Giovanni Bossi</i> (Banca IFIS) | 185 |
| 12 | Coinvolgimento | 187 |
| 12.1 | Al cuore della social organization | 187 |
| 12.2 | Misurare gli effetti, conoscere le cause | 188 |
| 12.3 | I dieci principi dell'engagement | 189 |
| | <i>Fiducia e responsabilizzazione</i> , di <i>Luca Valerii</i> (Microsoft) | 197 |
| 13 | Convivialità | 199 |
| 13.1 | La prospettiva di Illich | 199 |
| 13.2 | La cooperazione discorsiva | 200 |
| 13.3 | La co-generazione creativa | 201 |
| 13.4 | Dalla convivialità allo smart working | 203 |
| | <i>Le persone: una priorità strategica</i> , di <i>Mario Perego</i> e <i>Mara Maffei</i> (Heineken) | 205 |
| 14 | Convocazione | 209 |
| 14.1 | L'autorevolezza dell'altro | 209 |
| 14.2 | L'arco e la pietra | 210 |
| 14.3 | Il potere del tagging | 210 |
| 14.4 | Scrittura collettiva | 211 |
| 14.5 | Apofatica e catàfatica della convocazione | 212 |
| | <i>La chiamata alla leva (del pensiero)</i> , di <i>Nicola Palmarini</i> (IBM) | 217 |
| 15 | Cura | 221 |
| 15.1 | Il web 2.0 come economia del dono e della cura | 221 |
| 15.2 | Dall'eros all'engagement | 222 |
| 15.3 | Content curation | 224 |
| 15.4 | Ancora sulla potenza del tagging | 225 |
| 15.5 | Memorie di flusso e di stock | 227 |
| 15.6 | Platone e la Legge Vietti | 228 |
| | <i>La prossima sfida: l'apprendimento collaborativo</i> , di <i>Roberto Zecchino</i> (Bosch) | 230 |
| | Postfazione , di <i>Michele Tiraboschi</i> | 233 |
| | Bibliografia citata | 237 |