

Indice

<i>Super-erogation: conquistare la Massima Fiducia</i> <i>di Sandro Castaldo</i>	IX
1 Fiducia: non solo una buona idea. Indispensabile	1
1.1 Ieri bastava essere affidabili. Oggi bisogna assolutamente essere «fiduciabili»	2
1.2 Fiduciabilità: una forma più elevata di affidabilità	5
1.3 Perché questo libro è diverso dagli altri che avete letto sulla «Fiducia»	8
1.4 A mano a mano che le interazioni si moltiplicano, la fiducia acquisisce maggiore importanza	10
1.5 Caccia al <i>whuffie</i>	15
1.6 Ma la fiducia non si è deteriorata?	17
1.7 Il nostro obiettivo: aiutarvi a studiare un piano efficace per avere successo nell'Era della Trasparenza	19
1.8 «Vi servirà una barca più grande»	22
2 Servire gli interessi dei clienti, realizzando un profitto	31
2.1 «C'è posta per te»: i vantaggi economici dell'infiduciabilità	32
2.2 Realizzare un profitto grazie agli errori dei clienti	34
2.3 Netflix: cattive intenzioni? incompetenza? o entrambe le cose?	37
2.4 Ma che cosa sono le buone intenzioni?	41
2.5 La vostra impresa è fiduciabile? o soltanto affidabile?	43

2.6	Come le imprese fiduciabili sfruttano la conoscenza dei clienti	45
2.7	Empatia, interesse individuale, economia	47
2.8	Il ruolo sociale dell'empatia e della fiducia	52
2.9	Capitalismo psicopatico	53
2.10	Indossare un volto umano	58
3	Fiduciabilità: uno strumento capitalistico	69
3.1	Perché il vostro direttore finanziario imparerà ad apprezzare la fiduciabilità	69
3.2	Ossessione per il breve termine: non preoccupatevi del lungo termine, «IBGYBG»	71
3.3	Adottare una visione orientata al lungo termine	76
3.4	Il rapporto con il cliente: l'anello mancante tra gli utili a breve termine e il valore a lungo termine	78
3.5	Quelli che hanno fiducia, quelli che non ne hanno	84
3.6	La reciprocità non può essere a senso unico	87
3.7	Fiduciabilità e interesse egoistico: un paradosso	90
4	Condivisione: non solo per chi fa catechismo	101
4.1	Creazione di valore: inventata da qualcuno, posseduta da nessuno, preziosa per tutti	102
4.2	Non ci si può fidare di tutti	108
4.3	Fiducia, castigo e «mente scimmiesca»	111
4.4	Morte per tweet	114
4.5	Cooperatori, scrocconi e sanzionatori	116
5	Fiducia ed etica della socializzazione online	127
5.1	L'etica della socializzazione online	128
5.2	Come si trattano gli amici	130
5.3	Questo blog post è offerto da...	136
5.4	Il caso Kenneth Cole	137
5.5	Fiduciabilità e produzione sociale	138
5.6	L'innovazione fiorisce là dove regna la fiduciabilità	142
6	Il controllo? Scordatevelo	149
6.1	L'illusione del controllo	150

6.2	Carte di credito, bias e fiduciabilità	154
6.3	Rapporti sociali, feste private e sistemi	156
6.4	Staples vede fallire un'iniziativa meritevole per colpa (perlopiù) del caso	162
6.5	Completamente disarmata, Nestlé affronta una battaglia di ingegni con Greenpeace	164
6.6	Facebook impara la lezione con le cattive	166
6.7	Quali lezioni potrebbero trarre le imprese dall'esperienza di Facebook?	168
6.8	Perché l'autonomia dei dipendenti accresce la fiduciabilità	176
6.9	Come far fronte all'imprevedibilità: accogliere il «caos della community»	181
7	Accrescete anticipatamente la vostra fiduciabilità	195
7.1	Le recensioni dei clienti sono essenziali. E in ogni caso, sono inevitabili	196
7.2	Clonazione per divertimento e per profitto	200
7.3	Lavoratori di tutto il mondo, aprite un blog!	204
7.4	La fiduciabilità come strategia competitiva	207
7.5	Chiedere scusa, una strategia efficace	210
7.6	Mettiamoci una pietra sopra	215
7.7	Culture in transizione	218
8	Competenza onesta	227
8.1	Esiste una correlazione fra competenza e buone intenzioni	228
8.2	Competenza sul prodotto e competenza sul cliente	230
8.3	Una competenza onesta richiede persone onestamente competenti	236
8.4	Auto-organizzazione e leadership aperta	240
8.5	Confessioni sincere: Domino's Pizza e la pizza trasparente	243
8.6	Fallibilità e fiducia	248
9	Informazioni fiduciarie	255
9.1	Ci si può fidare di questa informazione?	257
9.2	Scienza, fiducia e management basato sulle evidenze	261

9.3	Intuizioni e sensazioni in un ambiente ricco di dati	266
9.4	Management per un mondo trasparente	269
10	Come integrare progettualmente la fiduciabilità nell'impresa	277
10.1	Immaginiamo il futuro fiduciabile	277
10.2	La vostra impresa è fiduciabile?	293
10.3	Ci si può mai fidare di un prodotto, per davvero?	294
10.4	La tecnologia della fiduciabilità?	296
10.5	E adesso cominciamo a pianificare la fiduciabilità	297
	Ringraziamenti	303