

# Sommario

Ringraziamenti .....	IX
<i>Introduzione</i> Perché è difficile cogliere le occasioni? .....	1
<b>Parte Prima</b> <b>Alla scoperta delle occasioni a portata di mano</b>	
– <b>Vedere il problema è più difficile che risolverlo</b> .....	9
<i>Capitolo 1</i> Un prezzo a tutto per fermare gli sprechi .....	13
<i>Capitolo 2</i> Ingegneria del valore per eliminare ciò che il cliente non paga .....	15
<i>Capitolo 3</i> Chiedere cinque volte “perché?” per vedere il problema .....	17
<i>Capitolo 4</i> La domanda è: “Siamo sicuri che sia vero?” .....	21
<i>Capitolo 5</i> Evidenza innanzi tutto – Dare un nome al problema perché tutti lo vedano .....	27
<i>Capitolo 6</i> Attenzione ai parametri ingannevoli .....	29
<i>Capitolo 7</i> La Regola dell’80/20 – Tutti la sanno, pochi la usano .....	33
<i>Capitolo 8</i> Dati veloci e grezzi per intuizioni migliori .....	35
<i>Capitolo 9</i> L’errore del benchmarking .....	37
<i>Capitolo 10</i> Un nuovo uso del brainstorming: trovare problemi, non soluzioni .....	39
<b>Parte Seconda</b> <b>Visto il problema, bisogna risolverlo</b> .....	41
<i>Capitolo 11</i> Idee dal personale a contatto con il lavoro .....	43
<i>Capitolo 12</i> Esci dall’ufficio e vedi con i tuoi occhi .....	45
<i>Capitolo 13</i> Spazio agli introversi .....	47
<i>Capitolo 14</i> Trasformare lamentele in collaborazione: lo scambio interdipartimentale del lavoro .....	49
<i>Capitolo 15</i> Le buone idee degli altri: basta chiedere ai neoassunti e ai venditori .....	51
<i>Capitolo 16</i> Il percorso del cliente è pieno di buche? .....	55
<i>Capitolo 17</i> Una sorpresa non voluta .....	57
<i>Capitolo 18</i> Le idee redditizie non escono dal brainstorming .....	59
<i>Capitolo 19</i> Complicare i problemi può semplificare le soluzioni .....	61
<i>Capitolo 20</i> I miracoli della lista di controllo .....	63
<i>Capitolo 21</i> Cose da NON fare .....	65
<i>Capitolo 22</i> Soddisfare esigenze, non desideri .....	67
<i>Capitolo 23</i> Semplificare .....	69
<i>Capitolo 24</i> Delegare il lavoro alla persona meno pagata che sia in grado di svolgerlo .....	71
<i>Capitolo 25</i> Risparmio a 1000 – Semplicità e low-tech battono la libidine dell’high-tech ...	73
<i>Capitolo 26</i> Risparmio a 10.000 – No-tech è meglio di low-tech! .....	75
<i>Capitolo 27</i> Buone idee in prestito .....	77
<i>Capitolo 28</i> Obbligatorio chiedere aiuto .....	79

<b>Parte Terza</b>	<b>La spinta a raccogliere le occasioni a portata di mano....</b>	<b>81</b>
Capitolo 29	Un budget basato sulle idee .....	83
Capitolo 30	Voglio il consenso di tutti: cinque parole che uccidono la leadership .....	85
Capitolo 31	Se vuoi soldi spendi tempo .....	87
Capitolo 32	Motivazioni per dirigenti che demotivano chiunque altro .....	89
Capitolo 33	La sindrome dell'impostore aziendale – “Meglio faccio, peggio penserete di me” .....	91
Capitolo 34	Il miglioramento dell'azienda come primo dovere per tutti .....	93
Capitolo 35	Badare alle minuzie .....	95
Capitolo 36	Adunare le truppe .....	99
Capitolo 37	Piglia l'idea o piglia l'autobus .....	103
Capitolo 38	Bando alla caccia alle talpe in azienda .....	105
Capitolo 39	I concorrenti si battono battendo prima i colleghi .....	107
Capitolo 40	La sindrome “È colpa dell'altro” .....	109
Capitolo 41	Abbassare la luce aumenta la produttività, e l'attenzione al lavoro frutta dividendi pazzeschi .....	111
<b>Parte Quarta</b>	<b>L'azienda coesa non è un'utopia .....</b>	<b>113</b>
Capitolo 42	Licenziamento come incentivo alla motivazione .....	115
Capitolo 43	Un comitato-guida per favorire la comunicazione interna .....	117
Capitolo 44	I danni del “veto tascabile” .....	119
Capitolo 45	Seminari di collaborazione .....	121
Capitolo 46	L'unica riunione mensile che valga .....	123
Capitolo 47	Celebrare i bei momenti .....	125
<b>Parte Quinta</b>	<b>Decidere e fare .....</b>	<b>127</b>
Capitolo 48	Le tre parti essenziali di una BUONA idea .....	131
Capitolo 49	Il miracolo delle scadenze .....	133
Capitolo 50	Grandi risultati da piccole idee .....	135
Capitolo 51	La guerra la fai con quello che hai, non con quello che vuoi .....	137
Capitolo 52	Rinforzi solo quando servono .....	139
Capitolo 53	Piano di volo per idee in realizzazione .....	141
Capitolo 54	I realizzatori devono essere anche sviluppatori – Idee a successo incorporato .....	143
<b>Parte Sesta</b>	<b>Responsabilità: la medicina per tutti i mali .....</b>	<b>145</b>
Capitolo 55	Il diavolo sta nei dettagli – Controllare ogni idea, ogni centesimo, ogni mese .....	147
Capitolo 56	La Regola Aurea – Ritirare e sostituire .....	149

<i>Capitolo 57</i>	Risalire al budget seguendo il denaro .....	151
<i>Capitolo 58</i>	Non lasciare stabilire ad altri il valore della realizzazione di un'idea .....	153
<i>Capitolo 59</i>	Chiudere la cassaforte per vedere i guadagni .....	155
<i>Capitolo 60</i>	Controllo dell'organigramma .....	157
<i>Capitolo 61</i>	Il punto non è iniziare, ma finire .....	159
<i>Capitolo 62</i>	ROI – Investire è facile, ma occorre garantire il ritorno .....	161
<i>Capitolo 63</i>	Imparare dagli errori – Il rapporto post-azione .....	163
<b>Parte Settima</b>	<b>Serve più tempo? Nessun problema .....</b>	<b>165</b>
<i>Capitolo 64</i>	“Tutti possono farsi un'opinione propria, non i fatti propri” .....	167
<i>Capitolo 65</i>	Piani di gioco al posto dell'agenda .....	169
<i>Capitolo 66</i>	Turisti delle riunioni alla larga! .....	171
<i>Capitolo 67</i>	Riunioni di 60 minuti per 22 minuti di lavoro .....	173
<i>Capitolo 68</i>	Occhio all'ora .....	175
<i>Capitolo 69</i>	Riunioni a partenza immediata .....	177
<i>Capitolo 70</i>	L'obbligo del dissenso .....	179
<i>Capitolo 71</i>	Più discorsi, meno email .....	183
<i>Capitolo 72</i>	PowerPoint uccide .....	185
<i>Capitolo 73</i>	Un po' di tempo per sé in programma .....	187
<i>Capitolo 74</i>	Un lavoro importante come antidoto per l'eccesso di impegni .....	189
<i>Capitolo 75</i>	Aumentare la redditività del tempo .....	191
<i>Capitolo 76</i>	Delegare è salutare .....	193
<i>Capitolo 77</i>	Chi è bravo non fa sempre del suo meglio .....	195
<i>Capitolo 78</i>	Il tempo si trova. Poi bisogna saperlo usare .....	197
<b>Parte Ottava</b>	<b>Conquistare gli scettici, i cinici e i timidi .....</b>	<b>199</b>
<b>Parte Nona</b>	<b>P.S. Per i lettori dirigenti (e aspiranti tali) .....</b>	<b>207</b>
	Qualche riflessione finale per tutti – Combattere l'affaticamento da decisione .....	211
	Conclusione .....	213