

Sommario

Hanno detto a proposito del libro.....	IX
Prefazione.....	XVII
Introduzione.....	XXI
Gli autori.....	XXVII
Parte 1 – La sfida dell’innovazione inversa.....	1
Capitolo 1 – Il futuro è lontano da casa	3
Perché i mercati emergenti richiedono un approccio nuovo	8
Lo scopo di questo libro	10
Capitolo 2 – I cinque percorsi dell’innovazione inversa	15
Come inizia l’innovazione inversa: creare lontano da casa.....	16
Completare il ciclo dell’innovazione inversa: vincere ovunque	23
Trend che chiudono i gap dei bisogni.....	29
Riepilogo delle idee chiave	34
Capitolo 3 – Cambiare mentalità	37
Un modo di pensare antiquato blocca l’innovazione inversa.....	38
Cambiare menti e mentalità.....	51
Riepilogo delle idee chiave	56
Capitolo 4 – Cambiare il modello di management.....	57
Perché idee buone hanno destini cattivi.....	58
L’antidoto	62
Costruire un’unità LGT da zero.....	64
Creare collegamenti con le risorse globali	67
Esperimenti disciplinati.....	72
Sfruttare al meglio le opportunità globali	76

Mitigare i timori di cannibalizzazione.....	78
Aggiungere nuove forze.....	79
Riepilogo delle idee chiave	81
Manuale pratico dell'innovazione inversa.....	82
Strategia	82
Organizzazione globale.....	82
Organizzazione del progetto	83
Parte 2 – Innovazione inversa in azione	85
Capitolo 5 – Logitech e il ruggito del mouse	87
Che cosa rende un mouse potente?.....	89
La gamma di Logitech: buono, migliore, ottimo.....	90
Perché la Cina aveva bisogno di un mouse più potente	90
Prove concrete.....	92
Golia risponde ai colpi.....	93
Una nuova allerta strategica	96
Oltre Rapoo, oltre la Cina.....	97
Lezioni dal caso di Logitech.....	97
Domande per riflettere	98
Capitolo 6 – Procter & Gamble, innovare in modo non tradizionale	99
Far fronte a un nuovo mandato di crescita e trovare un nuovo modo di innovare	100
Non dare nulla per scontato.....	101
Valutare i bisogni peculiari delle donne messicane	102
Dimenticare il passato in maniera selettiva	103
Combattere le resistenze interne	104
Costruire prendendo a prestito e saccheggiando.....	105
Il rischio di tirarsi indietro.....	106
Rafforzare il business	107
Compiere i passi successivi e imparare nuovi trucchi	108
Chiudere il cerchio.....	110
Lezioni dal caso di Procter & Gamble	111
Domande per riflettere	111
Capitolo 7 – EMC Corporation, piantare i semi	113
Andare oltre gli archivi digitali.....	114
Usare l'ecolocalizzazione per ottenere informazioni personali	115

Portare alla luce i protagonisti dell'innovazione inversa.....	117
Costruire la capacità di innovazione inversa.....	122
Lezioni dal caso di EMC	123
Domande per riflettere	124
Capitolo 8 – Deere & Company sconfigge il proprio passato	125
Presupposti sbagliati	127
La strada verso la ripresa.....	129
Da esigenze di mercato uniche a una progettazione del prodotto completamente nuova	132
Lavorare con una squadra completamente nuova	134
Implementare l'attività	138
La pubblicità per Krish	140
Lezioni dal caso di Deere & Company	142
Domande per riflettere	143
Capitolo 9 – Harman: trasformazione di una tradizione ingegneristica	145
Nuove e migliori attrazioni	146
Rimodellare Harman per cogliere la crescita nei mercati emergenti	148
Sfidare la tradizione.....	149
Costruire la squadra.....	151
Riprogettare radicalmente un prodotto.....	153
Spingere la squadra verso il traguardo	156
Vincere le resistenze dei venditori e dei clienti.....	157
Impegno dai vertici dell'impresa	159
Costruire una piattaforma multidirezionale.....	159
Lezioni dal caso di Harman	161
Domande per riflettere	162
Capitolo 10 – GE Healthcare nel cuore dell'India	163
Un crescendo per il cambiamento.....	165
Fare la proposta	167
Valutazione dei bisogni partendo da zero.....	167
Soluzione che parte da zero.....	170
Il lancio	173
Oltre l'India	175
Il MAC India.....	176
Il MAC 600.....	177
Il MAC 800.....	181

Lezioni dal caso di GE Healthcare	182
Domande per riflettere	183
Capitolo 11 – Le novità di PepsiCo	185
Un po' di salute negli snack.....	187
Sfruttare un successo del passato: Kurkure.....	188
La storia di Aliva.....	190
La ricetta di PepsiCo per l'innovazione inversa	194
Lezioni dal caso di PepsiCo	198
Domande per riflettere	199
Capitolo 12 – Partners In Health: un modello di assistenza	201
Una scelta nella carriera di un medico	202
Le lezioni di Haiti	203
Portare negli Stati Uniti i partner del modello sanitario.....	207
Assunzione, formazione e supporto di operatori sanitari comunitari.....	210
Ampliare l'impatto.....	212
Implicazioni per la riforma sanitaria degli Stati Uniti.....	213
Lezioni dal caso di Partners In Health.....	215
Domande per riflettere	216
Conclusioni – Chiamata all'azione.....	217
La passione come forza motivante per l'innovazione inversa	219
Un'opportunità di innovazione inversa: abitazioni a prezzo sostenibile	221
Il vostro ruolo nel far progredire l'innovazione inversa... e un invito	222
Appendice A – Strumenti per l'innovazione inversa.....	225
Guida per discussioni sull'innovazione inversa	225
Esercizi applicativi.....	230
Appendice B – Un'agenda di ricerca	237
Innovazione.....	238
Multinazionali dei paesi sviluppati	240
Imprese dei mercati emergenti	242
Note.....	235
Indice analitico.....	251