

INDICE

IX *Presentazione*

XV *Introduzione*

01 **Parte Prima. Verso la definizione del servizio nell'attuale scenario di riferimento**

03 **Capitolo 1 Origini e caratteristiche distintive della crisi finanziaria globale**

04 1.1 Partiamo dall'attualità. Che cosa non ha funzionato?

11 1.2 La finanziarizzazione dell'economia

15 Letture di approfondimento

19 **Capitolo 2 Nuove regole per un sistema finanziario globale**

20 2.1 L'esplosione della crisi

20 2.1.1 La tensione finanziaria e il Credit Crunch

25 2.1.2 L'anello debole della sottocapitalizzazione

27 2.1.3 L'aumentata difficoltà degli incassi

28 2.1.4 Sale il costo del credito

31 2.2 La liquidità è «champagne»

32 2.3 Le conseguenze della crisi: la perdita di fiducia nel sistema

35 2.4 La sfida

37 Letture di approfondimento

41 **Capitolo 3 Approcci definatori e classificazione dei servizi**

42 3.1 Verso una definizione di servizio

47 3.2 Le teorie sui servizi

53 3.3 Classificazione dei servizi

57 3.4 La gestione delle imprese di servizi

59 Letture di approfondimento

63 **Capitolo 4 La costruzione del modello di servizio**

64 4.1 La prospettiva dei servizi

| | |
|------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 65 | 4.2. I modelli di servizio |
| 70 | 4.3. Sviluppo e progettazione dei servizi |
| 74 | 4.4. L'impatto dello sviluppo delle tecnologie internet sulla gestione dei servizi |
| 79 | Lecture di approfondimento |
| 81 | Appendice: Il ruolo di internet nei servizi offerti dal settore ricettivo |
| | |
| 83 | Parte Seconda. Il vantaggio competitivo nelle imprese di servizi: principali driver e misure |
| | |
| 85 | Capitolo 5 Verso la costruzione di un vantaggio competitivo nelle imprese di servizi |
| 86 | 5.1. Analisi del Macroambiente |
| 90 | 5.2. Analisi dell'ambiente competitivo |
| 94 | 5.3. Analisi dei concorrenti e della domanda |
| 103 | Lecture di approfondimento |
| | |
| 105 | Capitolo 6 La qualità del servizio: un elemento vincente |
| 106 | 6.1. Il concetto di qualità nelle imprese di servizi |
| 112 | 6.2. Le dimensioni della qualità nei servizi |
| 113 | 6.3. La misura della qualità nei servizi |
| 125 | Lecture di approfondimento |
| | |
| 129 | Capitolo 7 L'orientamento al cliente |
| 130 | 7.1. La gestione dell'interazione con il cliente |
| 133 | 7.2. Gestire le relazioni con il cliente e le strategie di fidelizzazione |
| 137 | 7.3. La gestione dell'assistenza al cliente e dei reclami |
| 138 | Lecture di approfondimento |
| | |
| 141 | Capitolo 8 Innovare per vincere |
| 143 | 8.1. Il binomio innovazione-servizi |
| 149 | 8.2. Gestire l'innovazione di servizio |
| 150 | 8.3. Misure a supporto dell'innovazione di servizio |
| 153 | 8.4. I percorsi dell'innovazione |
| 155 | Lecture di approfondimento |
| | |
| 159 | Capitolo 9 La comunicazione nelle imprese di servizi |
| 160 | 9.1. Il concetto di comunicazione |

- 162 9.2 Il ruolo della comunicazione nelle imprese di servizi
166 Letture di approfondimento
- 169 Capitolo 10 La nuova frontiera: la conoscenza come fattore competitivo nelle imprese di servizi**
- 170 10.1 Dalla conoscenza al Knowledge Management
170 10.1.1 Concetti introduttivi
176 10.1.2 La conoscenza come risorsa
176 10.1.2.1 La prospettiva Resource Based. Dalla Resource Based View alla Competence Based Competition
183 10.1.2.2. La Knowledge Based Perspective
193 10.2 Il collegamento con la cultura d'impresa
195 10.3 Riflessioni conclusive
197 Letture di approfondimento
- 217 Capitolo 11 La misurazione delle performance nelle imprese di servizi**
- 218 11.1 Il concetto di performance nelle imprese di servizi
220 11.2 Review delle misure di performance delle imprese di servizi
225 11.3 Un esempio di misurazione di performance nelle imprese di servizi socio assistenziali
232 Letture di approfondimento
- 237 Parte Terza. Dalla teoria alla pratica: esperienze vincenti**
- 239 L'ASL CN1 e il sistema di budget: un percorso con buoni risultati**
- 259 Associazione per la prevenzione e la cura dei tumori in Piemonte Onlus**
- 271 Centrobanca S.p.A./Derivati OTC-Cambi e Materie Prime**
- 283 Centro Universitario Sportivo (CUS) Torino**
- 301 Domus Onlus**

- 321 EGEA Ente Gestione Energia e Ambiente S.p.A.**
- 337 Studio Dottori Commercialisti ed esperti contabili
Thesauro**
- 353 Tecno V**
- 365 Universitas Mercatorum**
- 379 Quale futuro per i servizi? Riflessioni conclusive**