

SOMMARIO

PREFAZIONE	XVII
<i>di Rosario De Luca</i>	
INTRODUZIONE.....	XIX
L'AUTORE	XXIII
COME REGISTRARSI AL SITO.....	XXV

Parte I IL FUTURO È GIÀ QUI

CAPITOLO 1 - Le tre epoche delle professioni

1. DOVE TUTTO HA AVUTO INIZIO.....	3
2. È FINITA LA GUERRA, EVVIVA LA REPUBBLICA.....	6
3. LE PROFESSIONI TRA IL 1948 E IL 2008.....	7
4. LE PROFESSIONI TRA IL 2008 E IL 2020.....	9
4.1. Crisi economica mondiale.....	9
4.2. Aumento della competizione	10
4.3. Cambiamenti tecnologici	11
4.4. Cambiamenti normativi	12
5. IL DECENNIO CHE CAMBIERÀ TUTTO: VERSO IL 2030.....	13
MAPPA MENTALE DEL CAPITOLO	16

CAPITOLO 2 - 2022: in cammino verso il futuro

1. L'INTELLIGENZA UMANA NELLA STORIA	18
2. LA NUOVA FRONTIERA: L'INTELLIGENZA ARTIFICIALE	23
3. FUORI DALLA COMFORT ZONE	26
4. LO SCENARIO FUTURO DELLE PROFESSIONI.....	27
4.1. Competenze specialistiche	28
4.2. Velocità e performance.....	28
4.3. Trasparenza	29
4.4. Conoscenze tecnologiche.....	29
4.5. Mentalità manageriale	29
4.6. Mentalità imprenditoriale	29
5. IMMAGINARE IL FUTURO	30
6. LE NUOVE ESIGENZE DI ESG.....	31

7. DALL'ANALOGICO AL DIGITALE E IL NUOVO ORIZZONTE DEL METAVERSO	32
8. LE NUOVE MONETE: CRIPTOVALUTE E NFT	33
9. LA BLOCKCHAIN	34
10. LE TRE MELE CHE HANNO CAMBIATO IL MONDO	34
11. COME CAMBIERÀ LA NOSTRA REALTÀ	35
MAPPA MENTALE DEL CAPITOLO	37

CAPITOLO 3 - Dopo la pandemia: cosa è cambiato

1. LE PROFESSIONI POST PANDEMIA	42
2. LO SMART WORKING DIVENTA NEW NORMAL	43
3. COME È CAMBIATA LA COMUNICAZIONE DENTRO LO STUDIO	46
4. UNA NUOVA CULTURA DEL LAVORO: LA DIGITAL TRANSFORMATION	48
5. VIDEOCONFERENCE E MEETING ON LINE	50
6. COSA CERCANO OGGI I GIOVANI: "BIG QUIT" E "GREAT RESIGNATION"	51
7. LE PROFESSIONI TRA AI, IOT, DIGITAL TRANSFORMATION, ESG	55
8. LA SOSTENIBILITÀ COME LEVA DI MARKETING	57
9. LE NUOVE ISTANZE SOCIALI	58
MAPPA MENTALE DEL CAPITOLO	60

CAPITOLO 4 - Lo smart working nella nuova era delle professioni

1. L'ERA DEL 5G E DELL'IOT	61
2. GLI STRUMENTI DELLO SMART WORKING	66
2.1. Strumenti di messaggistica e posta elettronica	66
2.2. Strumenti di videochiamata	66
2.3. Gestionali e software	66
3. UPSKILLING E RESKILLING DEI COLLABORATORI	67
MAPPA MENTALE DEL CAPITOLO	70

CAPITOLO 5 - Lo studio professionale 4.0

1. FARE TEAM TRA PROFESSIONISTI	73
2. UN CAMBIO DI MENTALITÀ	74
3. TRE RUOLI PER IL PROFESSIONISTA: CONSULENTE, MANAGER, IMPRENDITORE	77

4. PROFESSIONISTI 4.0.....	78
4.1. Professionisti in coworking.....	79
4.2. Professionisti in secondment.....	80
5. IL PASSAGGIO GENERAZIONALE IN STUDIO	80
MAPPA MENTALE DEL CAPITOLO	84

CAPITOLO 6 - Le nuove reti professionali

1. LAVORARE IN NETWORK: LA NUOVA FRONTIERA DELLE PROFESSIONI	85
2. I VANTAGGI.....	87
MAPPA MENTALE DEL CAPITOLO	89

CAPITOLO 7 - Intelligenza Artificiale, studio professionale e cobot

1. LE NUOVE TECNOLOGIE IN STUDIO.....	92
2. L'IMPATTO DELL'INTELLIGENZA ARTIFICIALE SUL LAVORO	95
3. I LIMITI DELL'INTELLIGENZA ARTIFICIALE.....	96
MAPPA MENTALE DEL CAPITOLO	98

CAPITOLO 8 - Dal passaparola al marketing

1. IL BRAND.....	101
2. LA COSTRUZIONE DEL BRAND.....	103
3. COMUNICARE CON EFFICACIA	105
4. IL MARKETING PER LO STUDIO PROFESSIONALE.....	105
5. COME DISTINGUERSI SUL MERCATO	108
MAPPA MENTALE DEL CAPITOLO	110

Parte II

UNA NUOVA MENTALITÀ PER UNA NUOVA ORGANIZZAZIONE

CAPITOLO 1 - C'era una volta lo studio professionale

1. LE FASI DELLA VITA PROFESSIONALE	115
2. I TEAM DI STUDIO	117
3. LO STUDIO-IMPRESA.....	119
4. LO STUDIO MULTIDISCIPLINARE.....	120

5. LO STUDIO TECNOLOGICO	120
6. LE RICHIESTE DEL MERCATO	122
7. COME IL CLIENTE SCEGLIE IL PROFESSIONISTA	122
8. LE VECCHIE ABITUDINI CHE FRENANO IL CAMBIAMENTO.....	123
MAPPA MENTALE DEL CAPITOLO	126

CAPITOLO 2 - Da professionista a imprenditore

1. I 3 CAPPELLINI DEL PROFESSIONISTA: CONSULENTE, MANAGER, IMPRENDITORE.....	127
2. FLESSIBILITÀ E UN NUOVO ATTEGGIAMENTO.....	129
3. I DIVERSI RUOLI IN STUDIO	131
4. CHI GUIDA LO STUDIO?	132
MAPPA MENTALE DEL CAPITOLO	134

CAPITOLO 3 - Da professionista a manager

1. UNA NUOVA CULTURA IN STUDIO	136
2. DIVERSI TIPI DI MANAGER IN STUDIO	138
MAPPA MENTALE DEL CAPITOLO	140

CAPITOLO 4 - Coaching e professione

1. IL COACHING PER GLI STUDI PROFESSIONALI.....	141
2. PNL E PROFESSIONE	144
3. IL CICLO DEL SUCCESSO	146
4. IL PROFESSIONISTA DIVENTA COACH	148
5. COSA VOGLIONO OGGI I CLIENTI?	150
MAPPA MENTALE DEL CAPITOLO	152

CAPITOLO 5 - I principi del coaching applicati alla professione

1. AVERE OBIETTIVI CHIARI.....	153
2. ESSERE FLESSIBILI NELL'AZIONE	153
3. AVERE TANTA MOTIVAZIONE.....	154
4. SAPER INTERPRETARE GLI ERRORI	154
5. SAPER DEFINIRE GLI OBIETTIVI.....	155

6. GLI STRUMENTI DELLA PNL	156
6.1. Modeling	157
6.2. Ancoraggio	157
6.3. Reframing	157
6.4. Metamodello	158
6.5. Milton Model	158
6.6. Andare "in guida"	159
6.7. Passato e futuro	159
MAPPA MENTALE DEL CAPITOLO	160

CAPITOLO 6 - Le soft skills come nuove competenze del professionista

1. LE NUOVE STRUTTURE DI STUDIO	161
2. I RUOLI DEI PROFESSIONISTI IN STUDIO	162
3. LE FIGURE DI STAFF DELLO STUDIO	163
4. NUOVE SFIDE E NUOVE COMPETENZE	165
MAPPA MENTALE DEL CAPITOLO	167

Parte III

IL PROFESSIONISTA MANAGER

CAPITOLO 1 - Le performance alla base delle scelte organizzative

1. STUDI ASSOCIATI E SOCIETÀ TRA PROFESSIONISTI	171
2. L'OFFICE MANAGER IN STUDIO	174
3. LE FIGURE MANAGERIALI IN STUDIO	175
4. LE NUOVE COMPETENZE MANAGERIALI IN STUDIO	177
5. UNA NUOVA CULTURA NELLA PROFESSIONE	178
MAPPA MENTALE DEL CAPITOLO	180

CAPITOLO 2 - Il futuro è un progetto organizzato

1. PROCEDERE CON UN BUSINESS MODEL	181
2. PROCEDERE CON UN BUSINESS PLAN	185
3. LA REDAZIONE DEL BUSINESS PLAN	187
MAPPA MENTALE DEL CAPITOLO	189

CAPITOLO 3 - Saper selezionare le persone giuste in studio

1. IL FUTURO APRE LE PORTE ALLE COLLABORAZIONI IN SMART WORKING.....	191
2. AVVIARE UN PROCESSO DI SELEZIONE: COSA CONSIDERARE	193
3. COME CONDURRE UNA SELEZIONE: I 3 LIVELLI.....	194
3.1. Competenze.....	195
3.2. Capacità organizzative	196
3.3. Capacità relazionali.....	196
MAPPA MENTALE DEL CAPITOLO	197

CAPITOLO 4 - Come inserire i nuovi collaboratori in studio

1. FISSARE UN PIANO DI CRESCITA.....	199
2. LE FASI DI INSERIMENTO DI NUOVE RISORSE IN STUDIO	200
2.1. Mentoring	201
2.2. Tutoring.....	201
2.3. Delega.....	201
2.4. Autonomia	202
MAPPA MENTALE DEL CAPITOLO	203

CAPITOLO 5 - Riunioni, retreat e strumenti di crescita

1. PERCHÉ LAVORARE IN TEAM NELLO STUDIO PROFESSIONALE	205
1.1. Competitività.....	205
1.2. Volume di business.....	206
1.3. Efficienza del lavoro.....	206
1.4. Qualità di vita.....	207
2. COME COSTRUIRE UNA SQUADRA AFFIATATA.....	207
2.1. Selezionate le persone giuste per il proprio ruolo	208
2.2. Fate crescere le persone	208
2.3. Prendetevi cura del team	208
2.4. Definite e condividete gli obiettivi.....	208
2.5. Celebrate i successi.....	209
2.6. Strumenti di team building.....	209
3. LE RIUNIONI COME STRUMENTO MANAGERIALE.....	210
4. GESTIRE I COLLABORATORI	214
MAPPA MENTALE DEL CAPITOLO	216

Parte IV
IL PROFESSIONISTA DIVENTA IMPRENDITORE

CAPITOLO 1 - Procedere con una vision

1. LA NOSTRA MENTE FUNZIONA PER OBIETTIVI	219
2. IL VALORE DELL'OTTIMISMO	221
MAPPA MENTALE DEL CAPITOLO	222

CAPITOLO 2 - La leadership in studio

1. LEADER O BOSS?	223
2. GLI STRUMENTI DEL LEADER	224
3. SAPER MOTIVARE I COLLABORATORI A FARE SQUADRA	228
4. GLI INGREDIENTI PER FARE TEAM	229
4.1. Una comunanza di valori	230
4.2. Una comunicazione interna efficace	230
4.3. La vision	230
4.4. Una nuova mentalità	231
4.5. Organizzazione	231
MAPPA MENTALE DEL CAPITOLO	232

CAPITOLO 3 - I canali del business development

1. PUBLIC RELATIONS	234
2. PUBLIC SPEAKING	235
3. AUTORE DI CONTENUTI	236
4. MARKETING	238
MAPPA MENTALE DEL CAPITOLO	240

CAPITOLO 4 - Content marketing: l'arte di saper scrivere

1. SCRIVERE SUL WEB	241
1.1. Semplificazione	243
1.2. Immediatezza	244
1.3. Emozioni	244
1.4. Storytelling	245
1.5. Visual thinking	245

1.6. Rappresentare	246
1.7. Mappare.....	246
2. SCRIVERE PER GOOGLE (SEO).....	247
3. KEY-WORDS	247
4. TITLE, DESCRIPTION, META-TITLE.....	248
5. TAG	248
6. COLTIVARE LE RELAZIONI SUL WEB	250
MAPPA MENTALE DEL CAPITOLO	251

CAPITOLO 5 - Il public speaking

1. UNA GRANDE OPPORTUNITÀ	253
2. LE OCCASIONI PROFESSIONALI	254
3. NON SOLO CONTENUTO: CURATE LA RELAZIONE.....	255
MAPPA MENTALE DEL CAPITOLO	257

CAPITOLO 6 - Il marketing per lo studio professionale

1. QUALI SONO LE FIGURE PER IL WEB MARKETING?.....	259
2. GLI ERRORI DA NON COMMITTERE	261
2.1. Considerare la comunicazione e il marketing un'attività secondaria	261
2.2. Essere incostanti	261
2.3. Pensare che i risultati debbano essere immediati	261
2.4. Improvisarsi comunicatori esperti.....	261
2.5. Affidare a consulenti e disinteressarsi	262
2.6. Partire senza obiettivi chiari	262
2.7. Partire senza un budget.....	262
2.8. Non avere in studio qualcuno che se ne occupi	262
2.9. Pensare che i social network siano inutili per la professione	262
2.10. Pensare che il professionista non venda nulla, quindi il marketing non serve	262
3. IL MARKETING STRATEGICO.....	263
4. PIANO DI MARKETING	264
5. MISURAZIONE DEI RISULTATI	265
MAPPA MENTALE DEL CAPITOLO	267

CAPITOLO 7 - Il sito Internet di studio

1. TIPOLOGIE DI SITI	269
2. ERRORI DA NON COMMITTERE	272
2.1. Errore tecnologico	272
2.2. Errore di approccio	272
2.3. Errore nella scelta iconografica	273
2.4. Errore nell'aggiornamento	273
2.5. Errore nel posizionamento	273
3. I CONTENUTI DEL SITO	274
MAPPA MENTALE DEL CAPITOLO	276

CAPITOLO 8 - I social network per la professione

1. QUALI SOCIAL MEDIA UTILIZZARE?	277
2. COSA PUBBLICARE SUI SOCIAL	280
3. IL PROFILO DI LINKEDIN	282
MAPPA MENTALE DEL CAPITOLO	284

CONCLUSIONI	285
-------------------	-----