

Mario Alberto Catarozzo

IL FUTURO DELLE PROFESSIONI IN ITALIA

*Come organizzare le attività di studio,
far crescere i collaboratori e sviluppare business
in un mondo che cambia*

Prefazione di Rosario De Luca

Un libro "aperto" sul futuro:
segui tutti gli aggiornamenti su www.ilfuturodelleprofessioni.it

TeleConsul

SOMMARIO

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

Parte I

IL FUTURO CHE CI ATTENDE

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. LE PROFESSIONI DOPO IL 2020	13
MAPPA MENTALE DEL CAPITOLO.....	15

CAPITOLO 2 - 2020: prende avvio una nuova era

1. L'INTELLIGENZA UMANA NELLA STORIA	18
2. LA NUOVA FRONTIERA: L'INTELLIGENZA ARTIFICIALE	23
3. FUORI DALLA COMFORT ZONE	25
4. LO SCENARIO FUTURO DELLE PROFESSIONI.....	26
4.1. COMPETENZE SPECIALISTICHE.....	27
4.2. VELOCITÀ E PERFORMANCE.....	27
4.3. TRASPARENZA.....	28
4.4. CONOSCENZE TECNOLOGICHE	28
4.5. MENTALITÀ MANAGERIALE	28
4.6. MENTALITÀ IMPRENDITORIALE	28
5. IMMAGINARE IL FUTURO	29
MAPPA MENTALE DEL CAPITOLO.....	31

CAPITOLO 3 - Emergenza Covid-19: cosa ci lascerà?

1. COME SARÀ LA PROFESSIONE DOPO LA PANDEMIA?	35
2. UNA NUOVA MENTALITÀ PER LO SMART WORKING	36
3. LA COMUNICAZIONE IN TEAM	38
4. LA TECNOLOGIA IN STUDIO	39
5. VIDEOCONFERENZE E MEETING ON LINE	40
MAPPA MENTALE DEL CAPITOLO	42

CAPITOLO 4 - Lo smart working nella nuova era delle professioni

1. L'ERA DEL 5G E DELL'IOT	43
2. GLI STRUMENTI DELLO SMART WORKING	47
2.1. Strumenti di messaggistica e posta elettronica	48
2.2. Strumenti di videochiamata	48
2.3. Gestionali e software	48
MAPPA MENTALE DEL CAPITOLO	50

CAPITOLO 5 - Lo studio professionale 4.0

1. DALL'APPROCCIO INDIVIDUALE AL TEAM	53
2. PRIMA DELL'ORGANIZZAZIONE VA CAMBIATA LA MENTALITÀ.....	54
3. PROFESSIONISTI, MANAGER E IMPRENDITORI.....	57
4. PROFESSIONISTI 4.0.....	58
4.1. Professionisti in coworking.....	59
4.2. Professionisti in secondment	60
MAPPA MENTALE DEL CAPITOLO	61

CAPITOLO 6 - Le nuove reti professionali

1. LAVORARE IN NETWORK: LA NUOVA FRONTIERA DELLE PROFESSIONI.....	63
2. I VANTAGGI	65
MAPPA MENTALE DEL CAPITOLO	67

CAPITOLO 7 - Intelligenza Artificiale, studio professionale e cobot

1. LE NUOVE TECNOLOGIE IN STUDIO.....	70
2. L'IMPATTO DELL'INTELLIGENZA ARTIFICIALE SUL LAVORO	73
3. I LIMITI DELL'INTELLIGENZA ARTIFICIALE.....	74
MAPPA MENTALE DEL CAPITOLO	76

CAPITOLO 8 - Dal passaparola al marketing

1. IL BRAND	79
2. LA COSTRUZIONE DEL BRAND.....	81
3. COMUNICARE CON EFFICACIA	83
4. MARKETING PER LO STUDIO PROFESSIONALE.....	83
5. DISTINGUERSI.....	86
MAPPA MENTALE DEL CAPITOLO	88

Parte II

UNA NUOVA MENTALITÀ E UNA NUOVA ORGANIZZAZIONE

CAPITOLO 1 - C'era una volta lo studio professionale

1. LE FASI DELLA VITA PROFESSIONALE	93
2. I TEAM DI STUDIO	95
3. LO STUDIO-IMPRESA.....	97
4. LO STUDIO MULTIDISCIPLINARE	98
5. LO STUDIO TECNOLOGICO	98
6. LE RICHIESTE DEL MERCATO	100
7. COME IL CLIENTE SCEGLIE IL PROFESSIONISTA	100
8. LE VECCHIE ABITUDINI CHE FRENANO IL CAMBIAMENTO.....	101
MAPPA MENTALE DEL CAPITOLO	104

CAPITOLO 2 - Da professionista a imprenditore

1. I 3 CAPPELLINI DEL PROFESSIONISTA: CONSULENTE, MANAGER, IMPRENDITORE.....	105
2. FLESSIBILITÀ E UN NUOVO ATTEGGIAMENTO.....	107
3. I DIVERSI RUOLI IN STUDIO.....	109
4. CHI GUIDA LO STUDIO?.....	110
MAPPA MENTALE DEL CAPITOLO.....	112

CAPITOLO 3 - Da professionista a manager

1. UNA NUOVA CULTURA IN STUDIO.....	114
2. DIVERSI TIPI DI MANAGER IN STUDIO.....	116
MAPPA MENTALE DEL CAPITOLO.....	118

CAPITOLO 4 - Coaching e professione

1. IL COACHING PER GLI STUDI PROFESSIONALI.....	119
2. PNL E PROFESSIONE.....	122
3. IL CICLO DEL SUCCESSO.....	124
4. IL PROFESSIONISTA DIVENTA COACH.....	126
5. COSA VOGLIONO OGGI I CLIENTI?.....	128
MAPPA MENTALE DEL CAPITOLO.....	130

CAPITOLO 5 - I principi del coaching applicati alla professione

1. AVERE OBIETTIVI CHIARI.....	131
2. ESSERE FLESSIBILI NELL’AZIONE.....	131
3. AVERE TANTA MOTIVAZIONE.....	132
4. SAPER INTERPRETARE GLI ERRORI.....	132
5. SAPER DEFINIRE GLI OBIETTIVI.....	133
6. GLI STRUMENTI DELLA PNL.....	134
6.1. Modeling.....	135
6.2. Ancoraggio.....	135
6.3. Reframing.....	135
6.4. Metamodello.....	136
6.5. Milton Model.....	136

6.6. Andare "in guida"	137
6.7. Passato e futuro	137
MAPPA MENTALE DEL CAPITOLO	138

CAPITOLO 6 - Le soft skills come nuove competenze del professionista

1. LE NUOVE STRUTTURE DI STUDIO	139
2. I RUOLI DEI PROFESSIONISTI IN STUDIO	140
3. LE FIGURE DI STAFF DELLO STUDIO	141
4. NUOVE SFIDE E NUOVE COMPETENZE	143
MAPPA MENTALE DEL CAPITOLO	145

Parte III

IL PROFESSIONISTA MANAGER

CAPITOLO 1 - Le performance alla base delle scelte organizzative

1. STUDI ASSOCIATI E SOCIETÀ TRA PROFESSIONISTI	149
2. L'OFFICE MANAGER IN STUDIO	152
3. LE FIGURE MANAGERIALI IN STUDIO	153
4. LE NUOVE COMPETENZE MANAGERIALI IN STUDIO	155
5. UNA NUOVA CULTURA NELLA PROFESSIONE	156
MAPPA MENTALE DEL CAPITOLO	158

CAPITOLO 2 - Il futuro è un progetto organizzato

1. PROCEDERE CON UN BUSINESS MODEL	159
2. PROCEDERE CON UN BUSINESS PLAN	163
3. LA REDAZIONE DEL BUSINESS PLAN	165

CAPITOLO 3 - Saper selezionare le persone giuste in studio

1. IL FUTURO APRE LE PORTE ALLE COLLABORAZIONI IN SMART WORKING.....	169
2. AVVIARE UN PROCESSO DI SELEZIONE: COSA CONSIDERARE	171

3. COME CONDURRE UNA SELEZIONE: I 3 LIVELLI.....	172
3.1. Competenze.....	173
3.2. Capacità organizzative.....	174
3.3. Capacità relazionali.....	174
MAPPA MENTALE DEL CAPITOLO.....	175

CAPITOLO 4 - Come inserire i nuovi collaboratori in studio

1. FISSARE UN PIANO DI CRESCITA.....	177
2. LE FASI DI INSERIMENTO DI NUOVE RISORSE IN STUDIO.....	178
2.1. Mentoring.....	179
2.2. Tutoring.....	179
2.3. Delega.....	179
2.4. Autonomia.....	180
MAPPA MENTALE DEL CAPITOLO.....	181

CAPITOLO 5 - Riunioni, retreat e strumenti di crescita

1. PERCHÉ LAVORARE IN TEAM NELLO STUDIO PROFESSIONALE.....	183
1.1. Competitività.....	183
1.2. Volume di business.....	184
1.3. Efficienza del lavoro.....	184
1.4. Qualità di vita.....	185
2. COME COSTRUIRE UNA SQUADRA AFFIATATA.....	185
2.1. Selezionate le persone giuste per il proprio ruolo.....	186
2.2. Fate crescere le persone.....	186
2.3. Prendetevi cura del team.....	186
2.4. Definite e condividete gli obiettivi.....	186
2.5. Celebrate i successi.....	187
2.6. Strumenti di team building.....	187
3. LE RIUNIONI COME STRUMENTO MANAGERIALE.....	188
4. GESTIRE I COLLABORATORI.....	192
MAPPA MENTALE DEL CAPITOLO.....	194

Parte IV
IL PROFESSIONISTA IMPRENDITORE

CAPITOLO 1 - Procedere con una vision

1. LA NOSTRA MENTE FUNZIONA PER OBIETTIVI	197
2. IL VALORE DELL'OTTIMISMO	199
MAPPA MENTALE DEL CAPITOLO	200

CAPITOLO 2 - La leadership in studio

1. LEADER O BOSS?	201
2. GLI STRUMENTI DEL LEADER.....	202
3. SAPER MOTIVARE I COLLABORATORI A FARE SQUADRA	206
4. GLI INGREDIENTI PER FARE TEAM.....	207
4.1. Una comunanza di valori.....	208
4.2. Una comunicazione interna efficace.....	208
4.3. La vision	208
4.4. Una nuova mentalità.....	209
4.5. Organizzazione.....	209
MAPPA MENTALE DEL CAPITOLO	210

CAPITOLO 3 - I canali del business development

1. PUBLIC RELATIONS.....	212
2. PUBLIC SPEAKING	213
3. AUTORE DI CONTENUTI.....	214
4. MARKETING	216
MAPPA MENTALE DEL CAPITOLO	218

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

1. SCRIVERE SUL WEB.....	219
1.1. Semplificazione	221
1.2. Immediatezza.....	222
1.3. Emozioni	222

1.4. Storytelling.....	223
1.5. Visual thinking.....	223
1.6. Rappresentare.....	224
1.7. Mappare.....	224
2. SCRIVERE PER GOOGLE (SEO).....	225
3. KEY-WORDS.....	225
4. TITLE, DESCRIPTION, META-TITLE.....	226
5. TAG.....	226
6. COLTIVARE LE RELAZIONI SUL WEB.....	228
MAPPA MENTALE DEL CAPITOLO.....	229

CAPITOLO 5 - Il public speaking

1. UNA GRANDE OPPORTUNITÀ.....	231
2. LE OCCASIONI PROFESSIONALI.....	232
3. NON SOLO CONTENUTO: CURATE LA RELAZIONE.....	233
MAPPA MENTALE DEL CAPITOLO.....	235

CAPITOLO 6 - Il marketing per lo studio professionale

1. QUALI SONO LE FIGURE PER IL WEB MARKETING?.....	237
2. GLI ERRORI DA NON COMMITTERE.....	239
2.1. Considerare la comunicazione e il marketing un'attività secondaria.....	239
2.2. Essere incostanti.....	239
2.3. Pensare che i risultati debbano essere immediati.....	239
2.4. Improvisarsi comunicatori esperti.....	239
2.5. Affidare a consulenti e disinteressarsi.....	240
2.6. Partire senza obiettivi chiari.....	240
2.7. Partire senza un budget.....	240
2.8. Non avere in studio qualcuno che se ne occupi.....	240
2.9. Pensare che i social network siano inutili per la professione	240
2.10. Pensare che il professionista non venda nulla, quindi il marketing non serve.....	240

3. IL MARKETING STRATEGICO.....	241
4. PIANO DI MARKETING.....	242
5. MISURAZIONE DEI RISULTATI.....	243
MAPPA MENTALE DEL CAPITOLO.....	245

CAPITOLO 7 - Il sito Internet di studio

1. TIPOLOGIE DI SITI.....	247
2. ERRORI DA NON COMMITTERE.....	250
2.1. Errore tecnologico.....	250
2.2. Errore di approccio.....	250
2.3. Errore nella scelta iconografica.....	251
2.4. Errore nell'aggiornamento.....	251
2.5. Errore nel posizionamento.....	251
3. I CONTENUTI DEL SITO.....	252
MAPPA MENTALE DEL CAPITOLO.....	254

CAPITOLO 8 - I social network per la professione

1. QUALI SOCIAL MEDIA UTILIZZARE?.....	255
2. COSA PUBBLICARE SUI SOCIAL.....	258
3. IL PROFILO DI LINKEDIN.....	260
MAPPA MENTALE DEL CAPITOLO.....	262

CONCLUSIONI.....	263
------------------	-----