

# INDICE DEL LIBRO

## **Prefazione**

### **1. Il paradosso di Monghidoro**

1. Quando il consenso produce conflitto
2. "Tengo famiglia!"
3. L'equivoco del "chi tace acconsente"
4. Quando il pensiero è omogeneo
5. Amleto e il paradosso di Monghidoro: essere o...apparire?
6. Viaggio a Monghidoro: quali vantaggi abbiamo ottenuto?

### **2. Alla maniera di Groucho Marx**

1. Reputazione aziendale e comma 22
2. Il dilemma del nuovo mercato
3. Ricerca o intuito?
4. Vendite, pubblicità, uovo e gallina
5. "Voglio una pubblicità più creativa!" (O no?)
6. Grosso cliente cercasi
7. Comma 22? Niente di male

### **3. Sotto il segno del calabrone**

1. Vendite fiacche sotto il segno del calabrone
2. Il rischio calabrone e il rischio esperienza
3. Esperienza ampia, percezione ristretta
4. Quando gli esperti sono cauti
5. Sotto il segno del calabrone fioriscono le peculiarità
6. Dal tunnel all'elicottero
7. Il calabrone e l'innovazione

### **4. Internet, il serial killer**

1. Da un funerale all'altro
2. Il libro: oggi vittima ieri carnefice
3. Internet: tutto e il contrario di tutto
4. Scambio di messaggini: che male c'è?
5. I depressi di Cleveland

### **5. I paradossi, strumento di creatività**

#### **6. Creare un paradosso**

1. Il paradosso del progresso-regresso
2. La reciprocità paradossale
3. Il paradosso del capovolgimento
4. Paradossale, ma non troppo

#### **7. OK, il prezzo è giusto. O no?**

1. Due strani metodi
2. Il paradosso del pentimento inevitabile
3. Prezzo e valore: la strana coppia
4. Il valore c'è per chi lo vede
5. Quando il prezzo crea valore
6. Il prezzo e la ragione
7. Il paradosso peruviano

## **8. Economia, benessere e il paradosso della *customer satisfaction***

1. Assuefazione ed emulazione
2. Stelle e fango
3. Il paradosso dei bisogni indotti
4. Spendere, spendere, spendere
5. Assegni senza copertura e copertura senza assegni
6. Ricchi e poveri
7. Debiti e crediti
8. Capitale e capitalismo
9. Il mestiere di economista

## **9. Il guru senza talento prigioniero del successo**

### **10. Divagare per convincere: il paradosso del leader cantastorie**

1. Risvegliare la saggezza dormiente
2. Il diavolo venditore
3. L'omogeneità del pensiero
4. Comunicare, cioè "mettere in comune"
5. Attenti alla traduzione!
6. Datemi una *vision!*
7. Cercare dove c'è più luce
8. Invenzione o innovazione?
9. Guardare alle cose come potrebbero essere
10. Italia, Svizzera e innovazione
11. Perché questa notizia è importante?
12. L'arca di Noé
13. La terza alternativa
14. Vendere l'esperienza
15. Le api esperte e le mosche inesperte
16. Quattro cannibali in una multinazionale
17. Una pistola contro l'effetto Valium

### **11. Paradossi a go-go**

1. Uomini in cerca di doglie
2. Vietare qualcosa rendendolo obbligatorio
3. Tornare a ciò che non si ha mai avuto
4. Ieri logico, oggi paradossale
5. Come stiamo vivendo oggi? Lo sapremo fra dieci anni
6. Quando la verità non è la verità
7. Il paradosso degli obiettivi realistici
8. Paradossi made in Italy ("Gli italiani sono gli altri")
9. Tutti d'accordo: si deve fare. Ma nessuno lo fa
10. Pubblicità vuol dire...
11. Internet e telefono: il paradosso delle due velocità
12. Da Bari a Barilla?
13. Scritto in fronte (e altrove)
14. Provate il nostro prodotto per 30 giorni...
15. A prova d'idiota
16. Di tutto un po'

## **Bibliografia**