

Ho letto con avidità *Service Strategy*. La metodologia descritta dagli autori traccia un percorso per far crescere le nostre imprese in un ambito, quello dei servizi, troppo spesso lasciato a iniziative poco focalizzate o basate solo su abitudini consolidate. Un testo assolutamente da leggere e mettere in pratica in un mondo 4.0.

Andrea Gombac, Direttore Tecnico Ricoh Italia

Il superamento della discontinuità vendita/post-vendita; la *servitisation* e il passaggio all'*equipment as a service*; il change management e le competenze necessarie per creare nuovo valore per il business e soddisfazione per il cliente.

Questo testo ha il pregio di affrontare con chiarezza e immediatezza come, attraverso nuovi modelli organizzativi e strategie, si può affrontare con successo la più grande trasformazione di business dell'era recente.

Roberto Montaruli, Direttore Generale Stilmas

“Una buona Service Strategy comporta l'analisi dei processi aziendali e un conseguente adeguamento tanto esterno quanto interno. Questo libro è uno dei rari casi in cui questo presupposto non è ignorato o dato per scontato, ma affrontato nei suoi aspetti più complessi”.

Luca Sacchi, Head of Strategic Innovation Piaggio

Le aziende manifatturiere hanno grandi opportunità di crescita se riescono a sviluppare il business dei servizi; nei mercati maturi, l'offerta di servizi a valore aggiunto e di soluzioni integrate prodotto-servizio può facilitare il superamento dei limiti strutturali della competizione.

Diversi sono gli esempi di aziende leader che hanno attuato queste strategie, in numerosi settori: nell'industria digitale, automobilistica, aerospaziale, nella fabbricazione di macchinari e impianti di produzione, di componenti e di materiali.

Anche chi produce prodotti più omogenei, come l'acciaio o il caffè, può ricorrere ai servizi per differenziare la propria offerta: la dimensione dell'impresa non conta. Chiunque abbia responsabilità di governo strategico di un'impresa deve interrogarsi sulla praticabilità di questa trasformazione strategica.

Questo libro è stato scritto per questo scopo; grazie a numerosi esempi, il testo mette in luce gli aspetti fondamentali per l'attuazione di una strategia di crescita con i servizi. I risultati delle ricerche condotte dagli autori e da un'ampia comunità di studiosi sono sintetizzati qui in una guida pratica, una road map che in dodici tappe intende facilitare l'organizzazione di questo viaggio.

Christian Kowalkowski è Professore di Marketing Industriale, Università di Linköping (Svezia) e Hanken School of Economics (Finlandia).

Wolfgang Ulaga è Professore AT&T di Leadership dei Servizi, Co-Direttore Esecutivo del centro per la Leadership dei Servizi, W.P. Carey School of Business, Arizona State University (USA).

L'edizione italiana del testo è a cura di Mario Rapaccini, Professore Associato all'Università di Firenze, docente di Gestione dell'Innovazione presso la Scuola di Ingegneria della medesima Università.

 **FrancoAngeli**
La passione per le conoscenze

€ 35,00 (V)

100.884 C. KOWALKOWSKI, W. ULAGA SERVICE STRATEGY

CHRISTIAN KOWALKOWSKI
WOLFGANG ULAGA

SERVICE STRATEGY

GUIDA PRATICA
PER CRESCERE
CON I SERVIZI

EDIZIONE ITALIANA
A CURA DI MARIO RAPACCINI



FRANCOANGELI

CHRISTIAN KOWALKOWSKI
WOLFGANG ULAGA

SERVICE STRATEGY

**GUIDA PRATICA
PER CRESCERE
CON I SERVIZI**

EDIZIONE ITALIANA
A CURA DI MARIO RAPACCINI

FRANCOANGELI