

Indice

Introduzione	IX
1. Nuovi schemi mentali per una nuova realtà	1
2. Schemi mentali: istruzioni per l'uso	15
Appendice - I concetti chiave di questo libro	33
3. Dubitare di tutto	39
4. Esplorare	69
5. Divergere	101
6. Convergere	135
7. Rivalutare	153
8. Dall'ispirazione all'innovazione: costruire nuovi schemi mentali e completarli	179
9. Immaginare il futuro	203
10. Un nuovo inizio: come adattare i cinque passi alla vostra situazione	233
Ringraziamenti	241
Indice analitico	243

Indice analitico

- Abed, Fazle, 23
Abélard, Pierre, 39
Abellà, Carles, 176
Accidenti!, 21-28, 34, 153, 158,
161-165, 169-173, 174, 227
Adrià, Ferran, 174-176
AirFloss, 95
Air France, 66
Airfryer, 96
algoritmo, 16, 52, 208
Allegro Tel, 109-110
Allen, Paul, 137
Alstom, 211
Amazon, 80, 89
ambiguità, 35
AMC, 203-204, 205
«ammazza-idee», 126
Anas, Ilham, 109
ancoraggio mentale, 57
AOL, 41
Apple, 22, 85, 136, 182
Aravind Eye Care System, 106
Ariel (detersivo), 172-173
Aristotele, 6
Assicurazioni Generali, 104, 128-134
Avis Budget Group, 198

Bach, Johann Sebastian, 21
Bailly, Jean-Paul, 152
Barnes & Noble, 89

Beethoven, Ludwig von, 21
Belgio (elezioni del 2010), 90
«Bem Estar Bem» (slogan), 187-188
Bergé, Pierre, 137
Berger, Gaston, 81, 83
Bibbia, 5
BIC, 21-22, 29, 31, 115, 183, 235
Bich, Marcel, 21
Blockbuster, 24
Bloomberg, 155
Boeing, 66, 197, 227
Bombardier, 211
Borders, 89
Borsa,
di Londra, 154
Boston Consulting Group, 64
Box, George, 61
BRAC, 23
brainstorming, 113, 114, 135, 140,
148, 183, 209, 210, 217
Brasile, 83, 111, 188-195, 209
buon senso, 52, 127, 149
Burger King, 76
Bush, George (sosa), 49-50

Cartesio, 39
Champagne de Castellane, 116
Cina, 83, 111, 209, 221, 226, 227,
228, 229
classificazione, 5, 20, 88

- cliente/clientela, 72-77, 80, 98
 CNN, 24
 Coca-Cola Company *vs* PepsiCo, 77
 comfort cognitivo, 29
 comfort zone, 15
 comunicazione,
 aperta, 234
 satellitare, 154
 comunità open source, 102
 concetto, 34
 contabilità a partita doppia, 17
 contabilità mentale, 60
 convergenza, 35,
 processo di, 139-145, 147, 151
 round di, 109, 140
 convinzioni,
 revisione delle, 62, 64
 Corano, 48
 creatività, 36
 “Crer para Ver”, 189
 criteri, 35
 cigno nero, 36, 90

 Dad, Khaliq, 48
 dadi (lanciare i), 54
 Daimler, Gottlieb, 189
 Danone, 182
 Datta, S., 173
 Debussy, Claude, 21
 deduzione, 16-17, 18, 34
 Deep Blue, 50
 Dell, 103, 186
 demografia, 85, 87, 216
 differenziazione, 88, 143, 199
 digitalizzazione, 85, 89, 209
 Disney, Walt, 179
 distorsione cognitiva, 34, 60
 della disponibilità, 57
 divergenza, 35
 esercizi di, 115-134
 incontro di, 104, 109, 111, 116,
 121, 198, 235
 processo di, 106, 107, 138
 round di, 140
 Douwe Egberts, 168-169
 Dove, 188
 Drucker, Peter, 135
 dualismo onda-particella, 162
 dubbio, 35

 Ecomagination, 94
 Edison, Thomas, 21, 138
 Einstein, Albert, 21, 97, 162, 229,
 232
 elBulli, 174, 176
 «elefante nella stanza», 92-93
Elle, 131
 emisfero destro/sinistro, 137
 esercizi
 cinque parole chiave, 115-116
 creazione di titoli di giornale, 121,
 132
 equazione con i fiammiferi, 51
 impresa perfetta, 173-177
 joint venture, 119, 225
 Esselunga, 76
Eureka!, 21-28, 34, 41, 70, 101, 125,
 158, 174, 225
 euristica, 52, 53, 54

 Facebook, 41, 119
 fattibilità, 143
 fasi
 di convergenza (fase 4), 214
 di divergenza (fase 3), 214
 di dubbio (fase 1), 212
 di esplorazione (fase 2), 212
 “rivalutare” (fase 5), 226
 Federazione delle Industrie
 Ferroviarie (FIF), 264
 Ferrovie Federali Svizzere, 212
 Ford, Henry, 159-160, 168
 Ford Motor Company, 159-160
 Fosbury, Dick, 41-43
 Fox News, 24
 Franklin, Benjamin, 21

- Gates, Bill, 137
 Gelb, Peter, 163-164
 General Electric, 94, 206
 Generali (assicurazioni), *vedi*
 Assicurazioni Generali
 General Mills, 94
 General Motors, 160, 161, 200
 genoma umano (sequenziamento),
 25, 26, 27
 Giappone, 201
 giochi olimpici,
 del Mexico, 41
 di Monaco, 43
 giudizio, 34
 Google, 2, 44, 57, 116, 122, 150, 208

 Happy Coffee (impresa fittizia),
 183-184
 Hastings, Reed, 156, 157
 Hawking, Stephen, 203
 Henslin, James, 54
 Hewlett-Packard, 101, 137
 Hindustan Lever Limited, 169-173
 Holmes, Oliver Wendell, 153, 208
 Huygens, Christian, 162

 IBM, 50, 103, 136, 182
 Ikea, 23, 104
 impensabile, 36
 incertezza, 36
 indagine sulla soddisfazione,
 17, 151
 India, 106, 111, 209
 induzione, 33, 53, 57, 90, 98, 133,
 145, 201, 229
 innovazione, 37
 investigazione
 tre sfere d', 70-94
 Ion Torrent, 27, 28
 istruzione in Brasile, 188-196

 Jobs, Steve, 21, 40, 70, 136, 183
 Jungheinrich Group, 74-75

 Kahneman, Daniel, 55
 Kilby, Jack, 25
 Kindle, 89
 Kraft, 94, 118
 Kumon Math (e Reader Center), 22

 Läng, Remo, 179-181
 La Poste, 65, 68, 118, 122, 123, 124,
 148-152
 Leonardo da Vinci, 17
 Leroy Merlin, 162
 LG, 184
 Lincoln Center, 164
 Linux, 102, 103
Los Angeles Times, 42
 low cost, 171, 217
 chirurgia cardiaca, 104-106
 Lytro, 79

 Magritte, René, 51
 Marte (pianeta), 101, 112
 McDonald's, 76, 117
 meccanica quantistica, 162
 megatrend, 36, 81
 gestire i, 83-86
 Metropolitan Opera, 163
 Metropolitan Opera Radio, 164
 Michelin, 152, 182
 microcosmo, 123-124
 microprocessore Intel Pentium, 25, 26
 Microsoft, 118, 136, 148, 200
 Mitra, Sugata, 191
 modello mentale, 33
modus ponens, 53
 monitoraggio della concorrenza, 77-80
 Monty Hall (problema di), 56
 mouse (di computer), 135-136

 NASA, 101-102, 120
 Natura Cosméticos, 187, 194
 Natura Institute, 189-195
 Neanderthal, 27
 Netflix, 24, 156-158, 204

- Newton, Isaac, 162
New York Times, 157
 Nintendo, 184
 Nirma (detersivo), 170-172
 Nook, 89
 Noyce, Robert, 25
- O'Leary, Michael, 66, 67
 Olimpiadi, *vedi* giochi olimpici
 ossimoro, 122
- Pacioli, Luca, 17
 paradigma, 34
 paradosso, 35, 161, 162, 163, 167
 Pasteur, Louis, 21
 Patel, Karsanbhai, 170-172
 Pauling, Linus, 101, 107
 pensiero, 33
 pensiero previsionale, 82
 PepsiCo, 176-169
 percezione, 34
 Philips, 93-96, 145, 146, 167
 Picasso, Pablo, 109
 potenziale di "rottura", 86
 processo in cinque passi, 28-30
 Procter&Gamble, 172-173
- quadriciclo, 159
 quiz, 56, 111, 120
 Qwikster, 156-157
- "rana in pentola", 92
 rasoio di Occam, 50
 Redbox, 24
 riflessione
 - deduttiva, 86-89
 - induttiva, 89-92
 - prospettica, 81-83, 90, 119, 161, 201, 235
 Reuters, 153-155
 revisione delle convinzioni, 62, 64, 68
 Rin (detersivo), 172, 173
- Ripley, John, 169, 173
 riscaldamento, 110-115
 Rive, Lyndon, 117
 Rolls-Royce, 137
 Rothberg, Jonathan, 25-28
 Russia, 209
 Ryanair, 66-67, 104
- Saint-Laurent, Yves, 137
 Samsung, 94
 Sarista, 169
 Sartre, Jean-Paul, IX, 13, 238
- scenari
 - Divided Nations, 220, 221
 - Dragon Corp., 220, 221, 227, 228, 229
 - Il mondo della famiglia in forma, 203, 205, 206
 - Il mondo del tempo libero su misura, 204, 205
 - Mission Mobility, 220, 221
 - World @ Home, 220, 221
- scenario, 36
 - catastrofico, 122
 - da sogno, 122
 - laboratorio, 210, 212
 - opposto, 91
- scetticismo metodologico, 39
 schema mentale, *vedi* modello mentale
- segnali deboli, 30, 164-173
 semiconduttore, 26
 Sen, S., 171, 172
 Senseo, 168-169
 Shaw, George Bernard, 156
 Shell, 206, 229
 Shetty, Devi, 104-106
 «sì, e», 124, 132
 Siemens, 211, 226
 «sì, ma», 108, 126, 148
 SolarCity, 117
 Sony, 79, 166, 182, 200, 201
Sports Illustrated, 42

- Stallman, Richard, 102
Staples, 114
stereotipo, 34
Streisand, Barbra (sosa), 110
Surf (detersivo), 170-173
- Tedlow, Richard, 160
telegrafo, 154
Thaler, Richard, 60
Thomson Reuters, 155
Tiffany, 184
Torvalds, Linus, 102
Toyota, 22, 55
Trader Joe, 77
“True Beauty” (campagna), 188
Tversky, Amos, 55
- Ultragames, 119, 120
UNIFE, 211-229
- Unilever, *vedi* Hindustan Lever Limited
United Airlines, 66
- valore/i, 36
 giudizio di, 34
Vamp (impresa fittizia), 140, 141
variabili, 209-210
vincolo, 35, 103, 141
visione strategica, 36
- Watson, James, 27
Watson, Steve, 50
Wheel (detersivo), 172
Whole Foods, 76
Wired, 40, 122, 131
- Xerox, 136
- ZVEI, 212