

Indice

Prefazione , di <i>Mario Calabresi</i>	pag.	7
Introduzione	»	11
1. Comunicazione e comunicatori: quale futuro?	»	15
1. Una funzione e un mestiere spesso sottovalutati	»	15
2. La comunicazione e la rivoluzione dell'AI	»	17
2. Comunicazione e comunicatori in azienda: perché sono strategici	»	21
1. Che cos'è la comunicazione d'impresa	»	21
2. Reputazione: un asset (in)tangibile	»	26
3. La trasformazione digitale: nuove opportunità (e insidie) per aziende e comunicatori	»	31
1. Tutto è mutato in soli venticinque anni	»	31
2. La trasformazione digitale e gli impatti sulla comunicazione	»	34
3. Il cambio di paradigma nel rapporto tra imprese e stakeholder: il caso Carroll	»	39
4. Personalizzazione, frammentazione e fake news	»	45
5. La caduta delle barriere tra comunicazione interna ed esterna	»	51

4. Un mondo con tante crisi ha bisogno di comunicazione	pag. 55
1. La crisi oggi: non un tema di “se” ma di “quando”	» 55
2. Un mondo in “policrisi”	» 58
3. I “decaloghi” della comunicazione di crisi	» 60
5. Comunicazione e organizzazione: dalle retrovie ai Board	» 67
1. La crescita dei Chief Communication Officer e il CCO+	» 67
2. Un nuovo volto per il Board?	» 71
6. Perché gli agenti AI non sostituiranno i comunicatori	» 75
1. Come è cambiato il lavoro prima dell’AI	» 75
2. L’AI: una nuova rivoluzione	» 78
3. Il valore dell’intelligenza umana	» 84
4. Come gestire il cambiamento	» 87
7. Le sfide per il futuro	» 91
1. Chi si ferma è perduto	» 91
2. Da Cenerentola a Regina: il ruolo chiave della comunicazione interna	» 96
Conclusioni: comunicazione e comunicatori, ce n’è ancora bisogno	» 99
Il futuro è nelle nostre mani, ad alcune condizioni	» 99
Consigli di lettura	» 103
Ringraziamenti	» 105