

Indice

	<i>pag.</i>
Prefazione di <i>Francesco Rullani</i>	XI
Prefazione di <i>Matteo G. Caroli</i>	XV
Introduzione	XIX
1.	
Trasformazione digitale, algoritmi e decisioni	
1.1. <i>Data-driven decision making</i>	3
1.1.1. Causalità o predizione?	7
1.2. Il valore dei dati	11
1.2.1. Raccolta, archiviazione e pulizia dei dati	12
1.2.2. <i>Data analytics</i> e visualizzazione	16
1.3. Verso un'economia <i>data-driven</i>	19
1.3.1. Quali vantaggi per imprese e consumatori?	23
1.4. Il cambiamento organizzativo e culturale	25
2.	
La trasformazione sostenibile	
2.1. I driver della sostenibilità aziendale	31
2.1.1. La sostenibilità come fattore di competitività	33

	<i>pag.</i>
2.1.2. La sostenibilità come conseguenza della compliance normativa	37
2.1.3. Principi internazionali di sostenibilità, <i>Sustainable Development Goals</i>	38
2.2. Gli ambiti di intervento delle imprese	40
2.2.1. <i>Corporate Sustainability e Corporate Social Responsibility</i>	43
2.2.2. Il coinvolgimento degli stakeholder nello sviluppo delle strategie di sostenibilità	45
2.3. Comunicare l'impegno in attività di sostenibilità: il bilancio di sostenibilità	48
2.4. La sostenibilità nelle imprese multinazionali: un approfondimento empirico	49
2.4.1. Setup sperimentale	49
2.4.2. Analisi e risultati	51
2.4.3. Implicazioni dello studio	55

3.

Le nuove sfide della Business Intelligence

3.1. Business intelligence e catena del valore	57
3.1.1. Automazione avanzata	58
3.1.2. La trasformazione digitale delle attività primarie e secondarie	60
3.2. Marketing Analytics: usare i dati nel ciclo di vita del cliente	63
3.2.1. La trasformazione dei canali di vendita e CRM	69
3.3. I rischi dell'algoritmo	73

4.

La sostenibilità come leva strategica per raggiungere il vantaggio competitivo

4.1. La sostenibilità nella catena del valore: produzione e rapporti con i fornitori	80
--	----

	<i>pag.</i>
4.2. La reazione del mercato alla sostenibilità aziendale	87
4.3. La sostenibilità come obiettivo di business: <i>società benefit</i> e <i>B Corp</i>	92
4.4. Costi e benefici connessi all'impegno in attività di sostenibilità: un approfondimento empirico	93
4.4.1. Setup sperimentale	94
4.4.2. Analisi e risultati	96
4.4.3. Discussioni e implicazioni	99
5.	
Digitale e sostenibile. Un legame possibile?	101
Bibliografia	109