

## Toyota Way I 14 Principi Per La Rinascita Del Sistema Industriale Italiano Con 14 Casi Di Studio Italiani Marketing E Management

How to speed up business processes, improve quality, and cut costs in any industry In factories around the world, Toyota consistently makes the highest-quality cars with the fewest defects of any competing manufacturer, while using fewer man-hours, less on-hand inventory, and half the floor space of its competitors. The Toyota Way is the first book for a general audience that explains the management principles and business philosophy behind Toyota's worldwide reputation for quality and reliability. Complete with profiles of organizations that have successfully adopted Toyota's principles, this book shows managers in every industry how to improve business processes by: Eliminating wasted time and resources Building quality into workplace systems Finding low-cost but reliable alternatives to expensive new technology Producing in small quantities Turning every employee into a qualitycontrol inspector

Coulomb Excitations and Decays in Graphene-Related Systems provides an overview of the subject under the effects of lattice symmetries, layer numbers, dimensions, stacking configurations, orbital hybridizations, intralayer and interlayer hopping integrals, spin-orbital couplings, temperatures, electron/hole dopings, electric field, and magnetic quantization while presenting a new theoretical framework of the electronic properties and the electron-electron interactions together. This book presents a well-developed theoretical model and addresses important advances in essential properties and diverse excitation phenomena. Covering plenty of critical factors related to the field, the book also addresses the theoretical model which is applicable to various dimension-enriched graphene-related systems and other 2D materials, including layered graphenes, graphites, carbon nanotubes, silicene, and germanene. The text is aimed at professionals in materials science, physics, physical chemistry, and upper level students in these fields.

Rocket racconta la storia di sedici leader straordinari che hanno dato vita a grandi brand. Due esempi: Leslie Wexner spiega come ha trasformato due soli negozi in Victoria's Secret, un marchio internazionale da 6,5 miliardi di dollari; Howard Schultz ripercorre la strada che da una piccola caffetteria di Seattle ha condotto a Starbucks, un'azienda con 22.000 punti vendita. Ogni case history assume il valore di una lezione pratica, con tutte le informazioni necessarie per trasformare i vostri migliori clienti in alfiere, sostenitori e ambasciatori del brand. Guida indispensabile per chiunque voglia far crescere il proprio business più velocemente dei propri concorrenti, il libro illustra in modo illuminante, approfondito e coinvolgente le tecniche più all'avanguardia per scoprire i desideri e comprendere le reazioni dei clienti – incluso il fatto di sapere che cosa i consumatori vogliono prima ancora che lo sappiano loro stessi –, allo scopo di offrire loro esperienze appaganti a ogni acquisto. Non mancano spunti per un'«autocritica» che aiuti a inquadrare la vostra situazione attuale e poi trasformare la vostra carriera e la vostra azienda imparando a: • creare una mappa degli «spazi di domanda» e prevedere le quote di mercato che potrete conquistare offrendo una miscela di vantaggi (emozionali e funzionali) che risponda in modo puntuale alle esigenze dello spazio individuato; • fissare una direzione strategica per identificare le aree in cui scommettere, scoprire quali brand abbiano più probabilità di vincere e quali siano più reattivi agli investimenti; • proporre un prodotto che abbia tutti gli attributi desiderati da un particolare spazio di domanda: packaging, disposizione sugli scaffali, prezzo, promozione, ma anche sviluppo del messaggio, gestione del punto vendita, distribuzione e coinvolgimento dei dipendenti; • mantenere una visione a lungo termine capace di quantificare e apportare miglioramenti continui e sfruttare i successi già conseguiti per conquistare nuovi sostenitori. Con Rocket potrete dare avvio a un ciclo di rinnovamento capace di sprigionare energia, proiettare una start-up verso un successo inimmaginabile o cambiare il destino di un'azienda.

L'eBook è una guida per snellire i processi e rendere più efficiente il lavoro negli uffici e negli studi professionali attraverso l'utilizzo delle tecniche di Lean Office. Il Lean Office è l'applicazione dei principi, dei metodi e degli strumenti del Lean Management ai processi non produttivi per offrire ai clienti (interni o esterni) un servizio migliore abbattendo gli sprechi (costi). L'eBook trasferisce a professionisti, imprenditori, impiegati e a tutti colori i quali desiderano iniziare un percorso di Lean nel mondo dell'Ufficio e dei servizi in genere, conoscenze, competenze ed esperienze aziendali, attraverso esempi pratici dai quali prendere spunti interessanti per la propria realtà professionale.

1065.28

TOYOTA WAY, IL MODELLO DI MANAGEMENT CHE PUÒ RILANCIARE IL SISTEMA INDUSTRIALE ITALIANO Far crescere un'azienda non vuol dire farla andare più veloce di altre, per poi fermarsi ad ogni turbolenza dei mercati e, nel nostro caso, di fronte alle debolezze del sistema Paese. L'Italia e le sue imprese sono state spesso delle "lepri", innovative e di successo in alcuni casi, ma spesso addormentate, sfiduciate e stanche; e raramente delle "tartarughe", il cui cammino costante è la metafora di come si potrebbe riuscire a costruire una crescita regolare e durevole. In un'epoca segnata dal cinismo sull'etica delle grandi aziende capitalistiche e del loro ruolo nella società, il Toyota Way offre un modello alternativo, capace di realizzare sistemi industriali costituiti di persone, prodotti e processi votati a generare valore per il cliente, la società e l'economia. Questa nuova edizione, per la prima volta aggiornata nei contenuti e arricchita di numerosi casi di studio italiani, rivela i principi di gestione che stanno dietro la reputazione di Toyota che, a partire dal 1945, ha costruito e sviluppato il suo modello di produzione (il Toyota Production System), ovvero il cosiddetto Lean Thinking, l'approccio alla base dei successi ininterrotti dell'azienda nipponica e di molte altre aziende che hanno raggiunto l'eccellenza nei loro settori.

Quali sono i segreti di una trasformazione snella in azienda? Che ruolo hanno le persone in questo percorso? La metodologia Lean è applicabile nel mondo dei servizi? Questo diario, scritto dall'intraprendente protagonista Bianca Martini, porta il lettore dritto nel cuore della trasformazione «snella». L'azienda nella quale si muove la nostra Bianca è grande, solida, caotica: un'azienda in cui tanti fanno tanto e che, com'è prevedibile, comporta una consistente mole di lavoro. È proprio in questo contesto che germoglia il pensiero «snello». Esso esalta le potenzialità dell'esperimento sul campo, il beneficio della semplificazione e la capacità di un coinvolgimento collettivo nel percorso del miglioramento continuo. Un'azienda, infatti, è fatta di tutte le persone che vi operano. In questo risiede la difficoltà del compito di Bianca: combinare personalità totalmente diverse tra loro all'interno di una logica aziendale che non le mortifichi o trascuri, ma ne ottimizzi i singoli punti di forza. Che tu sia un principiante assoluto, un appassionato studente o un esperto della materia, queste pagine ti offriranno numerosi spunti di riflessione e, forse, un approfondimento più dinamico e divertente della metodologia Lean. p.p1 {margin: 0.0px 0.0px 0.0px 0.0px; font: 10.0px Arial}

La gestione della qualità passa per il miglioramento dei processi aziendali. Il six Sigma si è dimostrato essere uno dei sistemi più efficaci per raggiungere l'eccellenza operativa, grazie ai

risultati raggiunti sia dalle grandi multinazionali, sia dalle aziende più piccole pronte al cambiamento. Grazie alla rivoluzionaria combinazione di organizzazione, metodo, gestione dei progetti, strumenti qualitativi e strumenti quantitativi, il six Sigma ha definito un organismo vincente innovazioni dei processi e la gestione del miglioramento. Questo manuale offre una panoramica completa sul six Sigma, una guida pratica utilizzo del metodo email e degli strumenti per la risoluzione dei problemi e innovazione dei processi ed una serie di casi aziendali esemplari per toccare con mano i risultati ottenuti in diversi settori. Per la vastità e la completezza dei temi trattati il manuale è un valido supporto per contenimento della certificazione Green belt.

An introduction to marketing concepts, strategies and practices with a balance of depth of coverage and ease of learning. Principles of Marketing keeps pace with a rapidly changing field, focussing on the ways brands create and capture consumer value. Practical content and linkage are at the heart of this edition. Real local and international examples bring ideas to life and new feature 'linking the concepts' helps students test and consolidate understanding as they go. The latest edition enhances understanding with a unique learning design including revised, integrative concept maps at the start of each chapter, end-of-chapter features summarising ideas and themes, a mix of mini and major case studies to illuminate concepts, and critical thinking exercises for applying skills.

È opinione ormai consolidata che i sistemi sanitari siano organizzazioni adattative complesse, al pari degli organismi viventi e dei sistemi ecologici, economici e sociali, e che la loro analisi o gestione non possa limitarsi ad approcci selettivi tesi alla scomposizione nei singoli elementi. Uno degli approcci che meglio affronta le complessità organizzative ospedaliere con la finalità di armonizzarle è quello della Lean Organization. La Lean nella sua trasversalità entra in ogni fase dell'organizzazione, innanzitutto creando coinvolgimento in una logica di «qualità alla fonte» dei servizi e di empowerment del processo ispettivo in caso di problemi. Così facendo il concetto di qualità strutturale, dei processi e degli esiti, diventa sinonimo di adeguatezza e accessibilità, appropriatezza, equità, efficacia, pratica attesa e accettabilità. Diviene essenziale misurare, analizzare e giudicare la qualità sulla base della rispondenza del processo/servizio a determinati standard, in modo da comprendere quali aspetti dell'assistenza non funzionano, porvi rimedio e stabilire piani di miglioramento continuo. Il modello organizzativo della Lean ha la capacità di ampliare la mission e la vision aziendale. Nelle aziende Lean, infatti, il risparmio e la riduzione dei costi non vengono più visti come un obiettivo, ma diventano il naturale risultato di una corretta applicazione del modello, che però mantiene come sua finalità ultima la salute del paziente e la qualità del servizio.

The Missing Link to Toyota-Style Success—LEAN LEADERSHIP Winner of the 2012 Shingo Research and Professional Publications Award “This great book reveals the secret ingredient to lean success: lean leadership. Not only is it a pleasure to read, but it is also deep and enlightening. This book is an absolute must-read for anyone interested in lean: it’s both an eye opener and a game changer.” —Michael Ballé, Ph.D., coauthor of *The Gold Mine* and *The Lean Manager* “This will immediately be recognized as the most important book ever published to understand and guide ‘True North Lean’ and the goal of perpetual business excellence.” —Ross E. Robson, President and CEO, DnR Lean, LLC, and the original Director of The Shingo Prize “An excellent book that will shape leadership development for decades to come.” —Karen Martin, Principal, Karen Martin & Associates, and author of *The Kaizen Event Planner About the Book: TOYOTA. The name signifies greatness— world-class cars and game-changing business thinking. One key to the Toyota Motor Company’s unprecedented success is its famous production system and its lesser-known product development program. These strategies consider the end user at every turn and have become the model for the global lean business movement. All too often, organizations adopting lean miss the most critical ingredient—lean leadership. Toyota makes enormous investments in carefully selecting and intensively developing leaders who fit its unique philosophy and culture. Thanks to the company’s lean leadership approach, explains Toyota Way author Jeffrey Liker and former Toyota executive Gary Convis, the celebrated carmaker has set into motion a drive for continuous improvement at all levels of its business. This has allowed for: Constant growth: Toyota increased profitability for 58 consecutive years—slowing down only in the face of 2008’s worldwide financial difficulties, the recall crisis, and the worst Japanese earthquake of the century. Unstoppable inventiveness: Toyota’s approach to innovative thinking and problem solving has resulted in top industry ratings and incredible customer satisfaction, while allowing the company to weather these three crises in rapid succession and to come out stronger. Strong branding and respect: Toyota’s reputation was instrumental in the company’s ability to withstand the recalls-driven media storm of 2010. But what looked to some to be a sinking ship is once again running under a full head of steam. Perhaps the Toyota culture had weakened, but lean leadership was the beacon that showed the way back. In fact, writes Liker, the company is “as good and perhaps a better model for lean leadership than it ever has been.” of innovation and growth. Yet, Industry Week reports that just 2 percent of companies using lean processes can likewise claim to have had long-term success. What the other 98 percent lack is unified leadership with a common method and philosophy. If you want to get lean, you have to take it to the leadership level. The Toyota Way to Lean Leadership shows you how.*

Improve your life fearlessly with this essential guide to kaizen—the art of making great and lasting change through small, steady steps. The philosophy is simple: Great change is made through small steps. And the science is irrefutable: Small steps circumvent the brain's built-in resistance to new behavior. No matter what the goal—losing weight, quitting smoking, writing a novel, starting an exercise program, or meeting the love of your life—the powerful technique of kaizen is the way to achieve it. Written by psychologist and kaizen expert Dr. Robert Maurer, *One Small Step Can Change Your Life* is the simple but potent guide to easing into new habits—and turning your life around. Learn how to overcome fear and procrastination with his 7 Small Steps—including how to Think Small Thoughts, Take Small Actions, and Solve Small Problems—to steadily build your confidence and make insurmountable-seeming goals suddenly feel doable. Dr. Maurer also shows how to visualize virtual change so that real change can come more easily. Why small rewards lead to big returns. And how great discoveries are made by paying attention to the little details most of us overlook. His simple regiment is your path to continuous improvement for anything from losing weight to quitting smoking, paying off debt, or conquering shyness and meeting new people. Rooted in the two-thousand-year-old wisdom of the Tao Te Ching—“The journey of a thousand miles begins with a single step”—here is the way to change your life without fear, without failure, and start on a new path of easy, continuous improvement.

The hospitality model called "Albergo Diffuso" (AD), or "scattered hotel," has been engineered by Mr Giancarlo Dall'Ara and described by The New York Times as a way of bringing life back to historic towns and rural hamlets by utilizing unused rooms for tourism. This "simple but genial" model devised in Italy in the mid-90's received an award from the UNDP for its sustainability, but despite the spread of AD's, no peer-reviewed books have previously been published in English focusing on this innovation. In this book, the author therefore begins by exploring the AD as a

community-based hospitality model, examining both its pros and cons. He then considers conviviality, sense of security, and other factors that Hans Magnus Enzensberger referred to as luxuries of our time for urban dwellers. These represent the key pre-requisites a location must possess to be deemed suitable for this innovation. Next, investors and co-interested private, public and not-for-profit associations are provided with a structured framework to help them achieve a defensible competitive advantage by harnessing the economic potential of valuable, rare, inimitable and non-substitutable (VRIN) resources. The final section assesses the AD as a business model, evaluating various aspects at the heart of any business plan.

Beyond Six Sigma and Lean! Design your processes to facilitate real business growth, in both healthy and unhealthy economies Design for Operational Excellence defines why companies embark upon continuous improvement—and the true answer is not to improve efficiency, quality, or eliminate waste! The reason is to achieve Operational Excellence. Duggan, an established authority on OpEx, provides the design criteria and guidelines that enable you to grow your business organically by refocusing management's attention from running the business to growing the business. Founded on eight key principles, this groundbreaking system facilitates the continuous flow of value into any operation—from customer service to sales to manufacturing. Kevin J. Duggan is a renowned speaker, executive mentor, and educator in applying advanced lean techniques to achieve Operational Excellence and the author of two books on the subject: *Creating Mixed Model Value Streams* and *The Office That Grows Your Business—Achieving Operational Excellence in Your Business Processes*. As the Founder of the Institute for Operational Excellence, the leading educational center on Operational Excellence, and Duggan Associates, an international training and advisory firm, Kevin has assisted many major corporations worldwide, including United Technologies Corporation, Caterpillar, Pratt & Whitney, Singapore Airlines, IDEX Corporation, GKN and Parker Hannifin. A recognized expert on Operational Excellence, Kevin is a frequent keynote speaker, master of ceremonies, and panelist at international conferences, and has appeared on CNN and the Fox Business Network.

Il volume, frutto della collaborazione di più autori, offre gli strumenti utili a comprendere i nostri comportamenti e i fenomeni più rilevanti della realtà di oggi. Vi sono descritti da un lato i cambiamenti avvenuti nell'era digitale, dall'altro ciò che invece persiste immutato nel tempo, riguardo sia a valori e comportamenti individuali, sia ai meccanismi e alle logiche sociali.

Frammenti apparentemente eterogenei, ma che, insieme, contribuiscono a comporre il grande mosaico della società attuale e a far cogliere le sue prospettive future. Oltre al contrasto fra mutamento e persistenze, viene evidenziato anche il triplice livello - individuale, locale e globale - in cui viviamo e dove coesistono, talvolta in modo conflittuale, le unicità e le esigenze espresse a livello individuale, l'influenza dell'ambiente locale e l'appartenenza generalizzata a un mondo globale.

When it comes to making your business more profitable and successful, don't look to re-engineering for answers. A better way is to apply the concept of kaizen, which mean making simple, common-sense improvements and refinements to critical business processes. The result: greater productivity, quality, and profits achieved with minimal cost, time, and effort invested. In this book, you discover how to maximize the results of kaizen by applying it to gemba--business processes involved in the manufacture of products and the rendering of services--the areas of your business where, as the author puts it, the "real action" takes place.

In un mondo caratterizzato da variabilità e complessità crescenti, le aziende sembrano ostinarsi a usare modelli organizzativi e modalità di lavoro obsoleti e inadeguati. A dispetto delle tecnologie a disposizione e delle più innovative tecniche di time management lavoriamo sempre di più, con meno risultati e maggiore stress. *Strategia Lean Lifestyle* affronta il problema chiave di ogni professionista, manager e imprenditore alla guida di aziende di ogni dimensione: come coniugare l'esigenza di produrre sempre più risultati, in sempre meno tempo, lavorando meglio e conducendo, allo stesso tempo, uno stile di vita che generi prosperità e benessere. Sono maturi i tempi perché il lavoro snello diventi una strategia per raggiungere un vero work-life balance ed esprimere il meglio delle persone in azienda senza dover scegliere tra l'efficienza operativa o la realizzazione personale. In questo libro, oltre a numerosi esempi, strumenti e metodologie step-by-step, utili per cominciare ad applicare in autonomia i principi della strategia Lean Lifestyle, troverete raccolte le testimonianze di imprenditori e manager che svelano il "dietro le quinte" di casi di successo in questa nuova direzione, tra cui Campari, Cromology, Elettronica, Ferretti Group, Labomar, Lucchini RS, Marcegaglia, Orogel, Poste Italiane, Sammontana, Siemens Italia, Stanley Black &

Lean Thinking was launched in the fall of 1996, just in time for the recession of 1997. It told the story of how American, European, and Japanese firms applied a simple set of principles called 'lean thinking' to survive the recession of 1991 and grow steadily in sales and profits through 1996. Even though the recession of 1997 never happened, companies were starving for information on how to make themselves leaner and more efficient. Now we are dealing with the recession of 2001 and the financial meltdown of 2002. So what happened to the exemplar firms profiled in *Lean Thinking*? In the new fully revised edition of this bestselling book those pioneering lean thinkers are brought up to date. Authors James Womack and Daniel Jones offer new guidelines for lean thinking firms and bring their groundbreaking practices to a brand new generation of companies that are looking to stay one step ahead of the competition.

Edizione arricchita con casi di aziende italiane che hanno applicato i principi della Lean Leadership. La produzione Lean è alla base di alcune fra le maggiori storie di successo del business odierno. Ma perché limitarsi al solo aspetto della produzione quando si può estendere il Lean a tutta l'azienda? L'ingrediente non troppo segreto è la Lean Leadership. In questo nuovo e importante titolo della serie "Toyota Way", gli autori spiegano in che modo è possibile che i dipendenti siano sempre attenti a seguire la mission aziendale. Toyota Way per la Lean Leadership è il testo ideale se volete raggiungere l'eccellenza operativa e mantenere lo slancio per rimanere sempre davanti alla concorrenza sul lungo periodo. TOYOTA. Il nome è sinonimo di eccellenza: auto di classe e business thinking in grado di cambiare completamente le regole del gioco. Uno dei fondamenti del successo senza precedenti di Toyota è il suo celeberrimo sistema di produzione e il suo meno noto programma di sviluppo dei prodotti. Entrambe queste strategie tengono sempre presente, in ogni momento, l'utente finale e sono divenute il modello di tutto il movimento globale del business Lean. Fin troppo spesso le aziende che adottano il Lean dimenticano di adottarne l'ingrediente più critico: la Lean Leadership. Toyota fa enormi investimenti per selezionare con attenzione e formare leader che si

adattino perfettamente alla propria filosofia e cultura. In questo modo è riuscita a ottenere: crescita costante, aumento dei profitti per 58 anni consecutivi, rallentando solamente quando ha dovuto affrontare le difficoltà finanziarie del 2008, la crisi dei richiami e il peggior terremoto giapponese del secolo; creatività inarrestabile, l'approccio al pensiero e al problem solving innovativi ha portato a un rating aziendale molto elevato e a un'incredibile customer satisfaction, consentendole di superare le tre crisi presentatesi in rapida successione e di uscirne rafforzata; branding forte e rispetto, la reputazione del brand è stata fondamentale per fare in modo che l'azienda riuscisse a riprendersi rapidamente dalla crisi dei richiami del 2010, una vera e propria tempesta mediatica. E quale tempesta! Ma quella che sembrava una nave in procinto di affondare naviga oggi nuovamente a tutto vapore. Forse la cultura Toyota ne era risultata indebolita, ma la Lean Leadership è stata il faro che ha mostrato quale fosse la via giusta per tornare agli splendori di un tempo.

Entrepreneur and bestselling author of *The Lean Startup*, Eric Ries reveals how entrepreneurial principles can be used by businesses of all kinds, ranging from established companies to early-stage startups, to grow revenues, drive innovation, and transform themselves into truly modern organizations, poised to take advantage of the enormous opportunities of the twenty-first century. In *The Lean Startup*, Eric Ries laid out the practices of successful startups – building a minimal viable product, customer-focused and scientific testing based on a build-measure-learn method of continuous innovation, and deciding whether to persevere or pivot. In *The Startup Way*, he turns his attention to an entirely new group of organizations: established enterprises like iconic multinationals GE and Toyota, tech titans like Amazon and Facebook, and the next generation of Silicon Valley upstarts like Airbnb and Twilio. Drawing on his experiences over the past five years working with these organizations, as well as nonprofits, NGOs, and governments, Ries lays out a system of entrepreneurial management that leads organizations of all sizes and from every industry to sustainable growth and long-term impact. Filled with in-the-field stories, insights, and tools, *The Startup Way* is an essential road map for any organization navigating the uncertain waters of the century ahead.

Toyota Way. I 14 principi per la rinascita del sistema industriale italiano. Con 14 casi di studio italiani Toyota Way I 14 principi per la rinascita del sistema industriale italiano - con 14 casi di studio italiani HOEPLI EDITORE

"This remarkable book combines practical advice, ready-to-use techniques, and a deep understanding of why this is the right way to develop software. I have seen software teams transformed by the ideas in this book." --Mike Cohn, author of *Agile Estimating and Planning* "As a lean practitioner myself, I have loved and used their first book for years. When this second book came out, I was delighted that it was even better. If you are interested in how lean principles can be useful for software development organizations, this is the book you are looking for. The Poppendiecks offer a beautiful blend of history, theory, and practice." --Alan Shalloway, coauthor of *Design Patterns Explained* "I've enjoyed reading the book very much. I feel it might even be better than the first lean book by Tom and Mary, while that one was already exceptionally good! Mary especially has a lot of knowledge related to lean techniques in product development and manufacturing. It's rare that these techniques are actually translated to software. This is something no other book does well (except their first book)." --Bas Vodde "The new book by Mary and Tom Poppendieck provides a well-written and comprehensive introduction to lean principles and selected practices for software managers and engineers. It illustrates the application of the values and practices with well-suited success stories. I enjoyed reading it." --Roman Pichler "In *Implementing Lean Software Development*, the Poppendiecks explore more deeply the themes they introduced in *Lean Software Development*. They begin with a compelling history of lean thinking, then move to key areas such as value, waste, and people. Each chapter includes exercises to help you apply key points. If you want a better understanding of how lean ideas can work with software, this book is for you." --Bill Wake, independent consultant In 2003, Mary and Tom Poppendieck's *Lean Software Development* introduced breakthrough development techniques that leverage Lean principles to deliver unprecedented agility and value. Now their widely anticipated sequel and companion guide shows exactly how to implement Lean software development, hands-on. This new book draws on the Poppendiecks' unparalleled experience helping development organizations optimize the entire software value stream. You'll discover the right questions to ask, the key issues to focus on, and techniques proven to work. The authors present case studies from leading-edge software organizations, and offer practical exercises for jumpstarting your own Lean initiatives. Managing to extend, nourish, and leverage agile practices Building true development teams, not just groups Driving quality through rapid feedback and detailed discipline Making decisions Just-in-Time, but no later Delivering fast: How PatientKeeper delivers 45 rock-solid releases per year Making tradeoffs that really satisfy customers *Implementing Lean Software Development* is indispensable to anyone who wants more effective development processes--managers, project leaders, senior developers, and architects in enterprise IT and software companies alike.

Rispetto alla diffusa adozione in quasi tutte le aree della produzione, l'approccio Lean stenta a prendere il volo nell'industria di trasformazione. Sebbene negli ultimi due decenni diversi innovatori siano riusciti ad applicarne in questo settore i principi, la maggior parte di questi tentativi pionieristici non sono stati registrati e non possono quindi essere d'aiuto ad altri. Basandosi su quarant'anni di esperienza nell'applicazione di questi principi presso uno dei produttori più importanti al mondo nel settore chimico, Peter King pone rimedio a questo vuoto e offre la prima risorsa completa scritta esplicitamente per gli agenti del cambiamento delle industrie di trasformazione. Questo volume si concentra sulle aree in cui la necessità di migliorare i processi dell'industria di trasformazione prevede strategie diverse rispetto a quella dell'assemblaggio. Ecco i punti principali che vengono affrontati: gli sprechi descritti nella letteratura sul Lean e in che modo si manifestano nelle operazioni di trasformazione; come adottare la mappatura del flusso del valore per le operazioni di trasformazione; come identificare le cause reali dei colli di bottiglia ed eliminarle sistematicamente; quali sono le modifiche che possono migliorare la

produzione a celle, il livellamento della produzione Heijunka e i sistemi di rifornimento pull dal punto di vista dell'industria di produzione; il ruolo della gestione delle operazioni di trasformazione nell'ottica di una strategia Lean. L'edizione italiana, a cura di Festo Consulting, è arricchita con alcune testimonianze di manager su progetti di lean transformation realizzati da aziende di processo operanti in Italia.

With 14 new definitions touching on management, healthcare, startups, manufacturing, and service, the 5th edition of the Lean Lexicon, is the most comprehensive edition yet of the handy and practical glossary for lean thinkers. The latest Lexicon, updated in 2014, contains 60+ graphics and 207 terms from A3 Report to Yokoten. The Lexicon covers such key lean terms as andon, jidoka, kaizen, lean consumption, lean logistics, pull, plan-for-every-part, standardized work, takt time, value-stream mapping, and many more.

The new terms are: • Basic Stability • Coaching • Gemba Walk • Huddle • Kamishibai Board • Kata • Leader Standard Work • Lean Management • Lean Management Accounting • Lean Startup • Problem Solving • Service Level Agreement • Training Within Industry (TWI) • Value-stream Improvement Unlike most other business glossaries in print or online, the Lexicon, introduced in January 2003, is focused exclusively on lean thinking and practice. Like the past four, the fifth edition of the Lean Lexicon incorporates terms and improvement ideas from our customers. We continue to welcome suggestions from the growing lean community in its traditional industries and beyond.

The methods and concepts presented in the bestselling first edition revolutionized the approach to the management and control of Lean companies. Enhanced with extensive end-of-chapter exercises and a CD-ROM with Lean accounting tools, the second edition of this preeminent practitioner's guide is now suitable for classroom use. Practical Lean Account

366.47

"The Flow System shows how to generate and nurture self-organizing teams that mobilize the full talents of those doing the work to cope with dizzying change and complexity, while also drawing on the contributions of those for whom the work is being done--the customers."--Steve Denning, author of The Age of Agile "Organizations that pull off this triple helix trick of thinking about the complexity of their systems and the environment in which they're operating, distributed leadership to engage the collective intelligence and creativity of the organization, and building teams of teams so the whole is greater than the sum of the parts, have a good chance of keeping up and staying ahead."--Steve Spear, MIT Sloan School senior lecturer, author of The High Velocity Edge "The Flow System's Triple Helix provides many of the tools and ways of thinking we will need to do that; it is agile without being doctrinaire about Agile."-- David Snowden, creator of the Cynefin Framework, Chief Scientific Officer of Cognitive Edge Il tema dell'innovazione è di grande attualità per ogni azienda, uno dei punti chiave per il successo in questa difficile situazione economica. La focalizzazione di aziende e professionisti sul loro cuore pulsante, cioè l'insieme dei prodotti e dei servizi offerti sul mercato, permette di recuperare risorse preziose e dedicarle a ciò che può fare la differenza nel tempo. Riuscire ad applicare i principi del Lean Thinking, ossia la cultura del massimo risultato con il minor sforzo, nei processi dove si gioca l'innovazione in azienda, può diventare oggi l'arma più potente al costo più competitivo. Ecco il perché di un libro che si prefigge di trasferire una metodologia che lega prodotti, processi, persone e strumenti attraverso un sistema applicabile in qualsiasi contesto aziendale e avvalendosi degli esempi di numerosi casi di successo, tra cui Lamborghini, Peugeot-Citroen, Telecom, Laika, Sacmi, Ethos e molti altri.

Structure- and Adatom-Enriched Essential Properties of Graphene Nanoribbons offers a systematic review of the feature-rich essential properties in emergent graphene nanoribbons, covering mainstream theoretical and experimental research. It includes a wide range of 1D systems; namely, armchair and zigzag graphene nanoribbons with and without hydrogen terminations, curved and zipped graphene nanoribbons, folded graphene nanoribbons, carbon nanoscrolls, bilayer graphene nanoribbons, edge-decorated graphene nanoribbons, and alkali-, halogen-, Al-, Ti, and Bi-absorbed graphene nanoribbons. Both multiorbital chemical bondings and spin arrangements, which are responsible for the diverse phenomena, are explored in detail. First-principles calculations are developed to thoroughly describe the physical, chemical, and material phenomena and concise images explain the fundamental properties. This book examines in detail the application and theory of graphene nanoribbons, offering a new perspective on up-to-date mainstream theoretical and experimental research.

Le aziende eccellenti, che hanno successo duraturo nel tempo, pongono al centro della loro attenzione lo sviluppo delle capacità di tutto il proprio personale. Le aziende eccellenti utilizzano, inoltre, un metodo scientifico a tutti i livelli dell'organizzazione a partire dalla Direzione. Solo in questo modo ogni problema diventa una formidabile opportunità di apprendimento organizzativo. Come diffondere dunque l'utilizzo di un approccio scientifico a ogni livello e per ogni tipo di problema e garantire apprendimento organizzativo continuo? L'esperienza Toyota insegna che esiste un metodo semplice ma potente: l'A3 Report, alla base del quale vi è un processo di ragionamento logico definito come A3 Thinking. Questo report deriva il suo nome dal formato del foglio utilizzato per descrivere in modo essenziale e secondo un approccio rigoroso l'analisi approfondita e la soluzione di un problema. Attraverso questo strumento e l'approccio logico sottostante, si diffonde in azienda un metodo potente che accresce grandemente l'efficacia di molti processi aziendali.

Loyalty is one of the main assets of a brand. In today's markets, achieving and maintaining loyal customers has become an increasingly complex challenge for brands due to the widespread acceptance and adoption of diverse technologies by which customers communicate with brands. Customers use different channels (physical, web, apps, social media) to seek information about a brand, communicate with it, chat about the brand and purchase its products. Firms are thus continuously changing and adapting their processes to provide customers with agile communication channels and coherent, integrated brand experiences through the different channels in which customers are present. In this context, understanding how brand management can improve value co-creation and multichannel experience—among other issues—and contribute to improving a brand's portfolio of loyal customers constitutes an area of special interest for academics and marketing professionals. This Special Issue explores new areas of customer loyalty and brand management, providing new insights into the field. Both concepts have evolved over the last decade to encompass such concepts and practices as brand image, experiences, multichannel context, multimedia platforms and value co-creation, as well as relational variables such as trust, engagement and identification (among others).

Using Toyota's principles for product and process development, this book focuses the implementation of the Lean system during the past 10 years in dozens of corporations across various industries. The book highlights all steps on the journey from common trouble area to remarkable results. As it is written by a manager for other managers, it contains real work discoveries and insights. The author provides case studies from many different fields of application. The reader gains insight on US and European companies that successfully streamlined their innovation and product-development processes. These companies have overcome difficult periods and major challenges thanks to the ability to innovate with new Lean methodologies and, above all, a new workplace culture and mindset. The goal of this book is to help managers successfully apply Lean principles in the innovation and development area of their company while benefitting from the author's lessons learned during his many years of capitalized experience. This book provides a comprehensive framework that supports, step-by-step, the successful application of Lean principles in the innovation and development areas of the company. Readers learn how to

drastically reduce the time required to develop products and discover and eliminate hidden costs and critical waste while increasing value for customers.

Questo libro vuole fornire nuovi strumenti operativi, punti di vista e curiosità sul tema del Lean Management. Sono infatti oltre 25 gli strumenti presentati (non solo Kanban e 5S, ma anche Hoshin Kanri, QFD, VRP, etc.) completati da circa 70 tabelle e 40 immagini. L'autore propone argomenti nuovi come un metodo per definire una priorità ai progetti di miglioramento, un insieme di 10 principali indicatori per misurare le prestazioni degli stessi progetti, una lista ragionata dei più comuni errori che si potrebbero commettere, fornisce un modello innovativo e unico per studiare e migliorare un processo, fondendo Makigami, FMEA e Ishikawa. Tutti i contenuti presentati sono frutto dell'esperienza maturata sul campo nelle aziende in cui si sono portati benefici e raggiunti nuovi obiettivi. L'autore ha voluto inoltre fornire delle informazioni solitamente poco citate o note, come alcuni esempi lean ritrovati in modelli produttivi di oltre cinquecento anni fa o la difficoltà di implementare alcune soluzioni orientali in culture occidentali. Unico rispetto alla letteratura presente, viene proposta la contestualizzazione degli sprechi identificati da Ohno nel marketing e la dimostrazione che l'applicazione della Lean porta al rispetto ambientale e a un minore impatto sull'ambiente (Lean & Green). I modelli e gli strumenti innovativi presentati sono stati validati sia da pubblicazioni in riviste scientifiche internazionali che da presentazioni in convegni scientifici internazionali.

Il primo libro pubblicato sulla disciplina della gestione progetti in base alla nuova norma ISO 21500. Utile al conseguimento delle qualificazioni di project management e a tutti i professionisti che con diversi ruoli si dedicano alla disciplina, sia nel

This book integrates the problem of violence into a larger framework, showing how economic and political behavior are closely linked.

\*\*\*Over a half-million sold! The sequel, The Unicorn Project, is coming Nov 26\*\*\* “Every person involved in a failed IT project should be forced to read this book.”—TIM O'REILLY, Founder & CEO of O'Reilly Media “The Phoenix Project is a must read for business and IT executives who are struggling with the growing complexity of IT.”—JIM WHITEHURST, President and CEO, Red Hat, Inc. Five years after this sleeper hit took on the world of IT and flipped it on its head, the 5th Anniversary Edition of The Phoenix Project continues to guide IT in the DevOps revolution. In this newly updated and expanded edition of the bestselling The Phoenix Project, co-author Gene Kim includes a new afterword and a deeper delve into the Three Ways as described in The DevOps Handbook. Bill, an IT manager at Parts Unlimited, has been tasked with taking on a project critical to the future of the business, code named Phoenix Project. But the project is massively over budget and behind schedule. The CEO demands Bill must fix the mess in ninety days or else Bill's entire department will be outsourced. With the help of a prospective board member and his mysterious philosophy of The Three Ways, Bill starts to see that IT work has more in common with a manufacturing plant work than he ever imagined. With the clock ticking, Bill must organize work flow streamline interdepartmental communications, and effectively serve the other business functions at Parts Unlimited. In a fast-paced and entertaining style, three luminaries of the DevOps movement deliver a story that anyone who works in IT will recognize. Readers will not only learn how to improve their own IT organizations, they'll never view IT the same way again. “This book is a gripping read that captures brilliantly the dilemmas that face companies which depend on IT, and offers real-world solutions.”—JEZ HUMBLE, Co-author of Continuous Delivery, Lean Enterprise, Accelerate, and The DevOps Handbook ———— “I'm delighted at how The Phoenix Project has reshaped so many conversations in technology. My goal in writing The Unicorn Project was to explore and reveal the necessary but invisible structures required to make developers (and all engineers) productive, and reveal the devastating effects of technical debt and complexity. I hope this book can create common ground for technology and business leaders to leave the past behind, and co-create a better future together.”—Gene Kim, November 2019

A Practical, Hands-on Guide to Lean Manufacturing This real-world resource offers proven solutions for implementing lean manufacturing in an enterprise environment, covering the engineering and production aspects as well as the business culture concerns. Filled with detailed examples, the book focuses on the rapid application of lean principles so that large, early financial gains can be made. How to Implement Lean Manufacturing explains Toyota Production System (TPS) practices and specifies the distinct order in which lean techniques should be applied to achieve maximum gains. Global case studies illustrate successes and pitfalls of lean manufacturing initiatives. Discover how to: Rigorously test and retest the state of your "leanness" with unique evaluators Develop and deploy plant-wide strategies and goals Improve speed and quality and dramatically reduce costs Reduce variation in the manufacturing system in order to reduce inventory Reduce lead times to enable improved responsiveness and flexibility Synchronize production and supply to the customer Create flow and establish pull-demand systems Perform system-wide and specific value-stream evaluations Generate a comprehensive list of highly focused Kaizen activities Sustain process gains Manage constraints and reduce bottlenecks Implement cellular manufacturing

Al pari dei discorsi di Winston Churchill del 4 giugno 1940, di John Kennedy del 20 gennaio 1961, di Martin Luther King del 28 agosto 1963 e di Nelson Mandela del 20 aprile 1964, il discorso di Steve Jobs a Stanford del 12 giugno 2005 cattura lo spirito del nostro tempo ed è qualcosa che ci aiuta a capire il mondo in cui viviamo. È il messaggio di una persona che ha cercato una propria strada nella vita e il suo impegno ha cambiato pacificamente il modo in cui viviamo, lavoriamo e ci relazioniamo. In questo discorso incontriamo il Jobs persona, il Jobs innovatore, il Jobs leader: una testimonianza di incommensurabile valore. Ecco perché goWare e Lenovys hanno pensato di proporlo al pubblico italiano in una nuova traduzione da leggere e da ascoltare nella intensa recitazione di Gianfranco Miranda, l'attore che ha doppiato Ashton Kutcher nel film “Jobs”. È il nostro regalo a 10 anni da quell'evento. 15 minuti che vi emozioneranno.

Outlines a revisionist approach to management while arguing against common perceptions about the inevitability of startup failures, explaining the importance of providing genuinely needed products and services as well as organizing a business that can adapt to continuous customer feedback.

[Copyright: 5db5262ed4459422ea86cf5e0b7d56a7](https://www.amazon.com/dp/B000APR010)