

Indice

<i>Prefazione</i>	pag. 13
1. Il marketing è morto	» 17
1.1. Davide contro Golia.....	» 17
1.2. Cosa significa growth hacking.....	» 18
1.2.1. Le startup e il problema della crescita.....	» 21
1.2.2. Il tasso di crescita.....	» 23
1.2.3. Startup VS PMI.....	» 25
1.3. Dal marketing manager al growth hacker.....	» 31
1.3.1. Breve cronologia del growth hacking.....	» 32
1.3.2. Definire il growth hacking.....	» 38
1.4. Case study: il growth hacking in azione.....	» 40
1.4.1. Hotmail.....	» 41
1.4.2. Twitter.....	» 43
1.4.3. Airbnb.....	» 45
1.4.4. YouTube.....	» 47
1.4.5. Facebook.....	» 49
1.4.6. Udemy.....	» 55
1.4.7. LinkedIn.....	» 57
1.4.8. Il motore della crescita.....	» 59

1.5.	Il growth hacking fra mito e realtà	»	61
1.6.	Nuovi prodotti per nuovi mercati.....	»	68
1.7.	Gli strumenti del mestiere.....	»	72
1.7.1.	Curiosità	»	73
1.7.2.	Attenzione ai dati.....	»	74
1.7.3.	Capacità di analisi.....	»	76
1.7.4.	La creatività	»	78
1.8.	Diventare un growth hacker	»	81
1.8.1.	1° livello: competenze generiche.....	»	86
1.8.2.	2° livello: competenze trasversali	»	86
1.8.3.	3° livello: competenze verticali	»	87
1.8.4.	Diventare a forma di T.....	»	87
2.	Prodotti che si vendono da soli.....	»	89
2.1.	Vendimi questa penna	»	89
2.1.1.	Sviluppo del prodotto e sviluppo del cliente.....	»	90
2.2.	Il product/market fit, questo sconosciuto	»	94
2.2.1.	Monitorare il product/market fit.....	»	97
2.2.2.	Aziende pre-PMF e post-PMF.....	»	99
2.3.	Partire dal problema.....	»	101
2.3.1.	Intervistare i tuoi clienti.....	»	103
2.3.1.1.	Definire il target: le buyer persona.....	»	104
2.3.1.2.	Costruire l'intervista di discovery.....	»	106
2.4.	BML: il feedback loop	»	111
2.4.1.	Build - Costruisci.....	»	112
2.4.1.1.	Tipi di MVP	»	113
2.4.1.1.1.	Pitch	»	114
2.4.1.1.2.	Slide.....	»	116
2.4.1.1.3.	Mockup	»	117
2.4.1.1.4.	Video.....	»	117
2.4.1.1.5.	Landing page.....	»	118
2.4.1.1.6.	Concierge o mago di Oz.....	»	121
2.4.1.1.7.	Crowdfunding.....	»	122
2.4.2.	Measure - Misura	»	122
2.4.2.1.	Metriche da pirata per startup.....	»	123
2.4.2.2.	Awareness.....	»	124
2.4.2.3.	Acquisition.....	»	127
2.4.2.4.	Activation	»	130
2.4.2.5.	Retention.....	»	132
2.4.2.6.	Revenue	»	134

2.4.2.7. Referral	» 136
2.4.2.8. AAARRR: istruzioni per l'uso.....	» 138
2.4.2.9. L'unica metrica che conta.....	» 141
2.4.3. Learn – Impara	» 144
2.4.3.1. Persevera o... pivot!	» 145
3. Come diventare un unicorno.....	» 151
3.1. Il growth hacking è un processo.....	» 151
3.2. Brainstorm.....	» 153
3.2.1. Buone e cattive pratiche per il brainstorming.....	» 154
3.2.2. Idee su carta: il brainwriting	» 157
3.3. Prioritize	» 158
3.3.1. Il punteggio ICE	» 158
3.3.2. Calcolare il potenziale delle idee	» 160
3.3.3. Come scegliere cosa testare	» 162
3.4. Test design	» 162
3.4.1. Compilare l'experiment doc.....	» 163
3.5. Implement.....	» 169
3.6. Analyze	» 188
3.7. Systemize.....	» 189
3.8. Formare un team per la crescita.....	» 193
3.9. Modelli organizzativi.....	» 197
3.9.1. Il modello indipendente	» 198
3.9.2. Il modello funzionale	» 200
3.10. Portare il growth hacking in azienda	» 201
3.11. Cambi di paradigma per ricominciare a crescere	» 210
Conclusioni	» 213
Sitografia.....	» 215
Bibliografia	» 217
<i>Biografia di Luca Barboni.....</i>	<i>» 218</i>
<i>Biografia di Federico Simonetti.....</i>	<i>» 219</i>
<i>Iscrizione alla mailing list.....</i>	<i>» 223</i>