

LIBRI

Davide Mura

Le aziende chiedono amicizia su Facebook

Sfruttare i social media per raccontare le aziende: è questo l'obiettivo del saggio di Joseph Sassoon, che attraverso una serie di casi mette in evidenza come i consumatori/clienti utilizzano sempre più volentieri i nuovi canali per avvicinarsi a brand e prodotti, allontanandosi dalla pubblicità classica e dai canali tradizionali. Un vademecum per i communication manager con le mosse per correre ai ripari quando un video su YouTube può realmente innescare una "bomba".

Web storytelling, Joseph Sassoon, Franco Angeli, pagg. 136, € 17.



Mollo tutto e fuggo via

Spesso l'unica motivazione che ci spinge al cambiamento è la fuga da qualcosa. Se tuttavia manca un obiettivo, un progetto, la nostra spinta non batterà mai gli ostacoli reali e concreti, come lasciare uno stipendio fisso, affetti e molte delle cose che abbiamo costruito e che viviamo come certezze. Nel libro di Castagna le storie di chi ce l'ha fatta (anche da dirigente) e i consigli per non fare passi falsi.

Come lasciare tutto e cambiare vita, Alessandro Castagna, Newton Compton, pagg. 246, € 9,90.



Manager poeta

La trasposizione poetica dei cinque libri di Mosè che formano la Bibbia ebraica, il Pentateuco.

L'autore di questo lavoro, intellettualmente stimolante e apprezzabile perché ha finalità divulgative, col plauso del rabbino Alberto Moshe Somekh, è un associato Manageritalia. Chapeau!

Torah in rima, Massimo Foa, Accademia Vis Vitalis Editore, pagg. 334, € 21.



Nonostante Waterloo, sono un grande

Riusci a vendere la sua immagine, a utilizzare e a condizionare l'opinione pubblica, rendendosi comunicatore di se stesso. La comunicazione per lui ricopriva un ruolo chiave, anticipando le tesi del project management Institute, secondo cui il 90% dell'attività di un project manager si risolve nel comunicare. Di chi stiamo parlando? Nientemeno che di Napoleone Bonaparte, al centro del saggio di Roberto Race, giornalista e consulente in comunicazione. In battaglia questo protagonista di un'epoca comunicava con i suoi soldati in modo diretto e mettendosi al loro stesso livello, a cominciare dall'uniforme che indossava. Condivideva i successi e valorizzava l'abilità dei suoi più stretti collaboratori, come gli ufficiali che lo accompagnarono nelle grandi campagne. Motivava e rafforzava il loro ruolo per la conquista dei territori. L'esercito si muoveva in maniera uniforme, le direttive rivolte a un corpo d'armata erano comunicate anche agli altri. L'evolversi delle manovre diventava patrimonio di conoscenza dell'intera Armata. Dal "Memoriale di Sant'Elena" ai bollettini

stampati durante la campagna d'Egitto, Napoleone fece fiorire una produzione editoriale ricchissima attorno alla sua figura e a chi gli stava vicino, dal suo valletto alle biografie dei grandi scrittori come Stendhal, fino ai saggi di oggi... Ma quali sono i consigli che possono essere ricavati da Napoleone? Race ne individua cinque. 1) Comunicate sempre con i vostri collaboratori, senza dare niente per scontato e mettendovi sul loro stesso piano, i manager spesso non raccontano quello che sta accadendo; 2) Concentratevi sugli stakeholder e portate gli intellettuali dalla vostra parte, senza censurare quello che si dice su di voi e la vostra azienda; 3) Informatevi, Napoleone leggeva i giornali degli altri paesi, oggi i leader non leggono e non stanno sempre sul pezzo; 4) Lavorate sull'opinione pubblica; 5) Nel momento in cui si presenta una grande criticità, raccontate ciò che è successo senza paura di essere giudicati.

Napoleone il comunicatore, Roberto Race, Egea, pagg. 144, € 16.

