



PER CHI

Cerca un finanziamento

Forme di finanziamento alternative al sistema bancario. Scopri come trovare i capitali che ti servono, di Stefano Manini e Alberto Rainieri (Flaccovio, 16 euro) è un manualetto sintetico e pratico per orientarsi fra le varie forme di finanziamento: dal microcredito al crowdfunding, dai business angel ai mini bond.



PER CHI

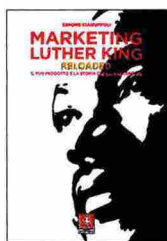
Cerca qualcosa fuori dagli schemi

Humor e pensiero laterale. I processi mentali che stimolano la creatività (di Filippo Losito, Egea,

19 euro): test, aneddoti, studi scientifici e case history a illustrare come un pizzico di sano sense of humour può aiutare a essere più originali e creativi.

Simone Ciaruffoli (l'imprenditore inventore della catena di hamburgerie Burgez) firma un pamphlet dissacrante sul marketing, in cui racconta i grandi brand del presente (da Chiara Ferragni a Beppe Sala), spiega che il marketing è ovunque nelle

nostre vite e lancia la sfida per una campagna di vero successo, quella in grado di vincere sul prodotto che promuove. **Marketing Luther King reloaded. Il tuo prodotto è la storia che sai raccontare** (Anteprima Edizioni, 12,50 euro).



PER CHI

Vuole risollevarsi

Salviamoci! Mutui e prestiti, tasse e cartelle esattoriali, risparmi, redditi e pensioni: come sopravvivere all'epoca del Covid (di

Vincenzo Imperatore, Chiarelettere, 14 euro) è un ricco e documentato manuale di sopravvivenza. Di particolare interesse la sezione dedicata alle strategie di ripresa per le Pmi.



PER CHI

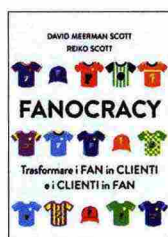
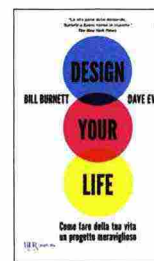
Scommette su se stesso

Ognuno di noi ha 3 lavori: il primo è quello ufficiale, che assicura lo stipendio a fine mese, il secondo consiste nel creare una rete di conoscenze, il terzo nel fare personal branding. Sul secondo lavoro,

Benedetto Buono ha scritto il libro **Business networking** (Flaccovio, 24 euro). Per creare una rete che ci aiuti a raggiungere i nostri obiettivi, sono fondamentali le *soft skill*. E alcuni comportamenti. Eccoli. **1.** Essere se stessi. **2.** Essere amichevoli. **3.** Essere concreti. **4.** Variare i canali. **5.** Essere leggeri.

Sul terzo lavoro, è appena uscita la nuova edizione di un grande classico: **Fai di te stesso un brand** (Flaccovio, 20 euro). Riccardo Scandellari (noto in Rete come "Skande") dà un taglio molto pratico, concentrandosi sullo step più difficile: convertire l'interesse in contatti, i contatti in relazioni e infine le relazioni in clienti. Bill Burnett e Dave Evans sono due innovatori che a Stanford insegnano ai ragazzi a progettare il loro futuro come si progetta un prodotto, una tecnologia e uno spazio. Ora la loro "cassetta degli attrezzi" è sintetizzata nel libro **Design your life. Come fare della tua vita un progetto meraviglioso** (Bur,

15 euro).



PER CHI

Cerca clienti

Come trasformare prima i collaboratori e poi i clienti in fan della nostra azienda? Come sviluppare la fiducia fino a farla arrivare al livello del tifo calcistico? La risposta è in questo manuale innovativo che David Meerman Scott scrive con la figlia Reiko: Fanocracy: trasformare i fan in clienti, i clienti in fan (Hoepli, 24,90). L'edizione italiana presenta case history di startup e aziende del Belpaese.



PER CHI

Vuole imparare a trattare con gli altri

A chi non piacerebbe pensare come un analista comportamentale dell'Fbi, prevedere i comportamenti degli altri e fare scelte vincenti? La buona notizia è che, con un po' di applicazione e la lettura di questo manuale, ciò diventa (quasi) possibile. **Il codice del profiler. Un ex agente speciale dell'Fbi svela il metodo per prevedere i comportamenti** (di Robin Dreeke, Sperling&Kupfer, 17,90 euro) è una lettura piacevole e istruttiva.

