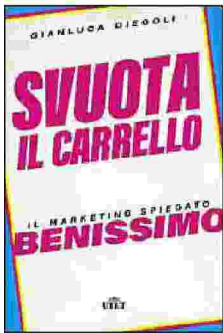


## TRA GLI SCAFFALI

DA  
LEGGERE

A cura della REDAZIONE

**Svuota il carrello**

Ve lo ricordate il bottone “Svuota il carrello” nei negozi online? Quel pulsante d'emergenza da premere in caso di acquisti compulsivi? Quel bottone sta sparendo.

Anche questo è marketing: ragionare sulle abitudini del consumatore per... dirigerle un po'. Ricordiamoci, però, che il consumatore è una “bestia complicatissima”, e anche il marketing deve andare per tentativi. L'autore conosce bene la

materia, il libro è un 2x1: una parte ti spiega come fare marketing, e una come difenderti. L'autore: lo trovate su [minimarketing.it](http://minimarketing.it). Un blog, una newsletter.

Il libro in pillole: “Nel picco dell'epidemia, gli spot erano tutto un ‘Noi ci saremo sempre’. Il marketing non ci abbandonerà mai, sembra dirci”.

**Svuota il carrello**, Gianluca Diegoli, *Utet*

**Sbagliando non si impara**

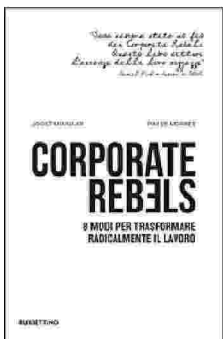
“Le persone sono abili nello scegliere le cose peggiori per loro” (Harry Potter). Ce ne rendiamo conto quando, dopo una catena di scelte sbagliate, non sappiamo neanche come abbiamo fatto a finire lì. Sara Garofalo è una neuroscienziata, e dalla scienza ricava un modo nuovo di guardare le cose. In quali trappole cade il pensiero? Quali tranelli ci fanno inciampare? Soprattutto quando siamo immersi in situazioni complicate e, spesso inconsapevoli, prendiamo delle “scorciatoie” che

però ci fanno andare fuori strada...

L'autrice: ricercatrice dell'Università di Bologna.

Il libro in pillole: “Perché decidiamo di non cambiare un partner insoddisfacente o un lavoro deludente? E perché rigiochiamo al Gratta e vinci sempre convinti che sarà la volta buona?”

**Sbagliando non si impara**, Sara Garofalo, *Il Saggiatore*

**Corporate Rebels**

Joost Minnaar e Pim de Morree sono due olandesi alla ricerca di imprenditori, manager e studiosi che concepiscono il business e il lavoro in un nuovo modo. Hanno un blog seguitissimo, hanno vinto premi. Formulano una definizione intelligente di “smart working” (quando ancora il Covid non c'era...) che si basa sul passaggio da piramide gerarchica a rete di team, da autorità a leadership distribuita, da comando a fiducia, da controllo a trasparenza... ma davvero però! Sul loro sito una

lista (la “bucket list”) di quelli che stanno cambiando le cose, in giro per il mondo.

Gli autori: hanno fondato Corporate Rebels ([corporate-rebels.com](http://corporate-rebels.com)) dopo aver detto addio al lavoro in azienda. Il libro in pillole: “Abbiamo incontrato funzionari che decidono dove, quando e come lavorare”. “Serve uno scopo alto e condiviso, affinché un'attività prosperi”.

**Corporate Rebels**, Joost Minnaar e Pim de Morree, *Rubettino Editore*