

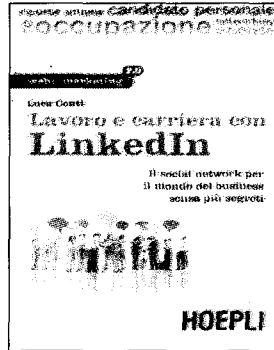
# Strumenti di lavoro



**Autori** - Paul Leinwand e Cesare Mainardi  
**Titolo** - *IL VANTAGGIO ESSENZIALE - Come sviluppare una strategia di successo basata sulle capacità*  
**Casa editrice** - Franco Angeli Editore, 2013, pagg. 222

**Prezzo** - Euro 27  
**Argomento** - Le aziende dovrebbero focalizzare la loro strategia e il loro portafoglio di prodotti e servizi intorno a quelle

tre-sei cose che sanno fare meglio di altri e che se connesse in un sistema fortemente coeso danno loro un vantaggio essenziale. Questa la tesi del libro, che esalta il concetto di «coerenza» associato a quello di «capacità essenziali», intese come la combinazione di processi, strumenti, conoscenze, competenze e fattori organizzativi, finalizzati a ottenere un positivo risultato strategico. Un'azienda per essere definita «coerente» deve concentrarsi sul suo posizionamento sul mercato con un suo «stile di gioco»; sulle sue capacità distintive determinate dalle competenze e dalle conoscenze dei suoi dipendenti; sul suo mix di prodotti e servizi. Anche i modelli di leadership devono essere coerenti con gli altri fattori per concorrere all'aumento della competitività e del valore dell'impresa. Gli autori appartengono a Booz & Company, una delle prime società di consulenza strategica e direzionale al mondo (200 partners, 3.300 dipendenti in 33 paesi). Leinwand, partner, e Mainardi, attuale ceo della società, condensano nel volume la lunga esperienza consulenziale, svolta in numerose grandi organizzazioni. A volte il tono della scrittura è un po' professorale e paternalistico, ma i contenuti sono di elevato livello strategico. Entrambi, comunque, auspicano simpaticamente nella prefazione che le innate capacità italiane nel design, nella moda, nell'architettura, nella cucina, nelle belle arti e nella musica possano essere dei punti di forza da valorizzare prendendo come guida i capitoli del libro.



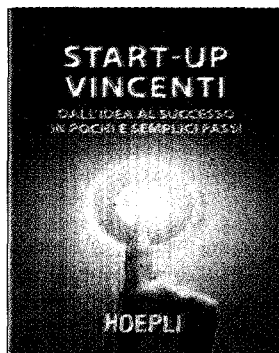
**Autore** - Luca Conti  
**Titolo** - *LAVORO E CARRIERA CON LINKEDIN - Il social network per il mondo del business senza più segreti*

**Casa editrice** - Hoepli Editore, 2012, pagg. 194

**Prezzo** - Euro 18  
**Argomento** - LinkedIn è il social network più usato in azienda ed è ormai un vero riferi-

mento nel mercato del lavoro con 4 milioni di italiani attivi e oltre 170 milioni di utenti nel mondo. L'autore del libro, Luca Conti, affermato consulente per l'uso strategico dei social media nella comunicazione e nel marketing online e autore di altri libri, tra cui quelli dedicati a Twitter e a Facebook, definisce LinkedIn come «una piazza dell'incontro tra domanda e offerta di lavoro, tra professionalità diverse per trovare partner commerciali, potenziali clienti o candidati qualificati, per il mercato nazionale italiano, con una proiezione internazionale». Il linguaggio usato, pur nel rigore tecnico, è assolutamente divulgativo con l'intento di far comprendere come funziona questo social network e, di conseguenza, di far ottenere benefici a chiunque cerchi nuove opportunità di lavoro, percorsi formativi, relazioni professionali. Non a caso LinkedIn è utilizzato dagli headhunter in cerca di talenti, dai manager per migliorare il proprio percorso di carriera, dalle aziende alla ricerca di qualificate figure professionali. Il testo potrebbe essere considerato un manuale operativo, che in maniera molto pragmatica guida il lettore ad effettuare le varie applicazioni previste e ad acquisire tutte le potenzialità che il sistema può offrire. Per questo i capitoli, pur essendo numerosi (22), sono molto brevi (da 4 a 12 pagine) ed esauriscono singolarmente i vari argomenti proprio come accade in un manuale. In appendice viene proposto un piano d'azione in quattro settimane, utile per mettere subito in pratica quanto è stato letto.





**Autore** - Jason L. Baptiste

**Titolo** - *START-UP VINCENTI - Dall'idea al successo in pochi e semplici passi*

**Casa editrice** - Hoepli Editore, 2012, pagg. 220

**Prezzo** - Euro 18

**Argomento** - L'obiettivo ambizioso del giovane e brillante autore (26 anni) è quello di fornire uno schema semplice e

immediato per creare una start-up da zero, con un capitale minimo di esperienza e di contatti nel proprio settore. Al di là dell'entusiasmo che attraversa tutto il libro, in realtà J. L. Baptiste ha realizzato un'azienda di successo multimilionaria, Onswipe, partendo da una start-up, classificata fra le 10 migliori start-up del 2011 dalla rivista *Time*, che collabora con gli editori per re-impaginare i contenuti dei siti web affinché siano leggibili sul tablet. Da un'idea originale del giugno 2010, che ha colto e risolto un «market need» (una richiesta di mercato), è partita un'iniziativa che dopo un anno contava 15 dipendenti, mentre nei primi sei mesi sono stati raccolti 6 milioni di dollari di capital venture. Di questo primo anno di attività viene dato un resoconto dettagliato nell'appendice del libro. Il testo si articola come una guida pratica, in cui l'autore si rivolge al lettore con un rapporto diretto nei numerosi e brevi paragrafi, fornendo indicazioni, richiamando le proprie esperienze, segnalando altre startup. Uno dei limiti dell'esposizione di Baptiste è dato dall'aver contestualizzato tutto lo scenario nell'ambiente americano, ben diverso da quello italiano ed europeo. Riferimento costante è il settore informatico, notoriamente terreno di conquista delle nuove generazioni, molto stimolate all'innovazione e alla creatività. È sicuramente una testimonianza importante e ricca di concrete indicazioni, utili per riflettere e per incoraggiare chi sta meditando un futuro imprenditoriale.

*a cura di Pietro Scardillo*