

LIBRI

**Il marketing multicanale**

Boaretto A., Noci G., Pini F.M., 2009, "Open marketing", Etas Editore, formato 14 x 21,5 cm, pagg. 269, € 25,00.

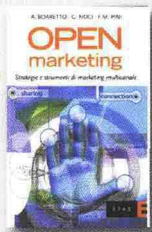
A oltre cento anni dalla sua nascita, il marketing è oggetto di profonde trasformazioni. Le decisioni d'acquisto di milioni di consumatori sono determinate oggi dall'interazione con molteplici fonti informative che coinvolgono oltre

ai canali classici come tv e carta stampata, Internet, Mobile, Digital Out of Home.

Questi nuovi media, insieme ai social network, stanno radicalmente cambiando l'interazione tra l'impresa e il mercato, le classiche ricerche di mercato, le tecniche di segmentazione, il marketing mix tradizionale (modello 4P) non riescono più a rappresentare la complessità dell'ambiente e non permettono alle aziende di cogliere tutte le opportunità offerte dallo sviluppo delle tecnologie.

Nasce così un nuovo paradigma, l'Open Marketing, il cui obiettivo è la co-creazione di esperienze multicanale. Ascolto del mercato, coinvolgimento (a tutti i livelli della catena del valore), comunicazione contestuale, integrazione di tutti i punti di contatto entrano così a far parte dell'armamentario del marketing, dando vita a un modello operativo nuovo.

Ed è attorno a questi aspetti che si focalizza il libro - frutto del lavoro del più avanzato gruppo di esperti nazionali del politecnico di Milano - fornendo alle imprese italiane un approccio completo che coinvolge tutte le unità organizzative - non solo il marketing - e tutti gli attori esterni che contribuiscono a creare l'esperienza del cliente. ■



**Come prendere decisioni corrette**

Ciuffoli F., 2009, "Scelte vincenti", Franco Angeli Editore, formato 15,5 x 22,5 cm, pagg. 185, € 19,00.

Le scelte sono ovunque e influiscono profondamente sulle nostre vite. In casa, in ufficio, in azienda, tutto dipende, cambia, migliora, peggiora da come rispondiamo ai mille interrogativi di tutti i giorni. Ma l'arte di scegliere è un'abilità che si può apprendere, migliorare, perfezionare per mezzo di esercizi, prove e allenamenti. Si può imparare a prendere buone decisioni, si possono evitare scelte sbagliate e si possono utilizzare metodi efficaci per raggiungere con sicurezza determinati obiettivi.

Il libro, senza la pretesa di coprire in modo esaustivo i tanti ambiti inerenti alle problematiche decisionali, propone un percorso a partire dai temi elementari fino a quelli più complessi. Il volume è così articolato. I primi due capitoli costituiscono un'introduzione alla teoria delle decisioni. Dalle semplici tecniche per la costruzione di tavole e diagrammi decisionali, alle più complicate regole decisionali, con i relativi assiomi di coerenza logica e le inevitabili violazioni e contraddizioni che ne conseguono. L'approccio è di tipo "normativo" o "prescrittivo", mediante il quale vengono indicati i criteri decisionali ideali che dovrebbero essere seguiti dai soggetti economici razionali, completamente informati e idealmente dotati di perfette capacità di valutazione, discernimento, lungimiranza, ecc. Nel terzo capitolo viene presentata la teoria della probabilità a partire dai suoi elementi di base del calcolo di probabilità semplici e composte e le relative complicazioni, fino alla cosiddetta contro-intuizione e al paradosso probabilistico. Il quarto capitolo tratta delle scelte razionali e quindi della teoria dell'utilità attesa, con un taglio decisamente applicativo. L'approccio è di tipo "descrittivo" o "positivo" mediante il quale, muovendo dalla constatazione empirica che non sempre gli individui si comportano in modo ideale, si tende a descrivere i meccanismi reali seguiti nelle varie situazioni decisionali: aziendali, sociali, individuali fino ai giochi d'azzardo e alle scommesse sportive. I problemi e le relative soluzioni proposti alla fine di ogni capitolo costituiscono parte integrante del testo e hanno il duplice scopo di autoverifica e di stimolo pratico e teorico per ulteriori riflessioni e approfondimenti. ■

**Imparare dalla crisi**

Deaglio M., Arfaras G., Caffarena A., Frankel G.S., Russo G., 2009, "Alla scuola della crisi", Guerini e Associati Editore, formato 15 x 23 cm, pagg. 194, € 21,00.

La crisi globale è ormai un dato di fatto: dall'ambito della finanza si è estesa all'economia reale determinando implicazioni sociali, politiche, geostrategiche, ambientali che condizionano seriamente le misure adottate dai governi e le prospettive degli individui. Riconoscere e analizzare la complessità dei fattori che hanno contribuito a delineare lo scenario attuale è solo la prima tappa di questo Rapporto: esso infatti si propone di comprendere le lezioni che la recessione globale insegna, le riflessioni che impone, gli scenari di evoluzione possibile, leggendo la crisi come una "scuola" da cui trarre insegnamenti utili per il futuro. Una prima lezione è che l'epoca della "finanza globale" è tramontata, ma quella del "coordinatore globale" degli stati sovrani non è ancora sorta. I Paesi occidentali sono alle prese con l'esplosione dei debiti pubblici con l'acuirsi delle tensioni in settori strategici quali l'aerospazio e l'energia, rispetto ai quali si registra uno spostamento del baricentro del pianeta da ovest verso est. Su questo sfondo tumultuoso ciascun Paese può far conto su quello che ha: l'Italia mette in gioco i consistenti risparmi delle sue famiglie e la minor debolezza delle sue banche, mentre l'indebitamento pubblico è nettamente superiore a quello degli altri Paesi avanzati. La lezione più importante è che le difficoltà che oggi accomunano il mondo offrono all'Italia un'occasione per recuperare il troppo tempo perduto. ■

