

26/03/2014



Archivio Libri

26/03/2014

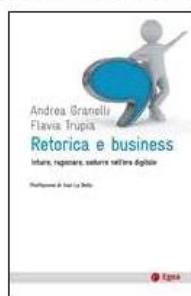
Democrazia sfigurata

Il popolo tra opinione e verità nel nuovo libro della politologa Nadia Urbinati, per Egea. Da oggi nelle librerie.

24/03/2014

Fare selezione. Esperienza e metodo nella scelta della persone

La persona giusta al posto giusto è una risorsa strategica per la competitività, ma senza allineamento tra persona e



Andrea Granelli e Flavia Trupia
Retorica e Business. Intuire, ragionare, sedurre nell'era digitale
Egea 2014. 184 pagg. 19 euro

La retorica, arte del dire o, meglio, del ben ragionare, è viva e sta benone. È anzi uno strumento ancor oggi efficacissimo, persino nell'agguerrito mondo del business.

Enrico Mattei, Adriano Olivetti, Steve Jobs, Oscar Farinetti, ma anche papa Francesco, Angela Ahrendts e il consulente tipo alla McKinsey sono gli esempi che ce lo dimostrano, eredi di Cicerone e autentici campioni della retorica contemporanea.

Per essere ascoltati, per essere influenti e dunque convincenti, per sopravvivere e risolvere i problemi la retorica serve.

Andrea Granelli e Flavia Trupia in *Retorica e Business. Intuire, ragionare, sedurre nell'era digitale* (Egea 2014, 184 pagg., 19 euro) raccontano come anche i casi aziendali diventano una forma di storytelling, la convention uno strumento per emozionare e spingere all'azione, il punto vendita un expediente per parlare tramite i luoghi, "mentre la manutenzione delle parole torna a vivificare i termini ormai logori dell'aziendalese". dicono.

Di fronte all'esplosione della multimedialità e della comunicazione digitale, tuttavia, competenza nella materia, pulizia nel ragionamento, chiarezza negli enunciati e dominio della lingua rischiano di apparire insufficienti.

Per gestire l'abbondanza dei segnali e il grande rumore di fondo occorre affiancare alla via logica (convincere razionalmente) e a quella psicologica (persuadere emotivamente) una terza via: quella creativa, basata sulla capacità di dare corpo a ipotesi soltanto intuite.

Andrea Granelli, laurea in informatica e diploma post universitario in psichiatria, ha iniziato come ricercatore presso il Dipartimento di Scienze e tecnologie biomediche del CNR di Milano. Nel 1989 entra in McKinsey & Company. Nel 1996 è in Telecom Italia come direttore marketing e vendite di TIN, di cui diventa amministratore delegato, lanciando nel 1997 tin.it; nel 2001 è amministratore delegato di TILab e responsabile di tutte le attività di R&S del gruppo. È stato direttore scientifico di Domus Academy. Oggi è presidente di Kanso, società di consulenza da lui fondata che si occupa di innovazione. È autore di numerosi volumi e articoli nel campo delle tecnologie digitali e dell’innovazione.

Flavia Trupia, laureata in filosofia del linguaggio, è consulente di comunicazione e ghostwriter. È docente di tecniche di scrittura, social media, comunicazione e pubblicità per Luiss Business School, Università La Sapienza, Scuola Superiore dell'Economia e delle Finanze. Ha lavorato per agenzie di pubblicità e istituzioni

Susanna Della Vedova