

Davide Mura



I segreti di Mr Bitcoin

Chi, o cosa, si cela dietro al nome di Satoshi Nakamoto, l'ufficiale ideatore di Bitcoin, considerato una delle persone più ricche del pianeta? A questa domanda cerca di risponder-

re Gian Luca Comandini, che come un investigatore prova a risolvere il mistero attraverso un viaggio che parte dagli anni Settanta, in California, e che ripercorre tutte le tappe che hanno reso Bitcoin la criptovaluta più diffusa e iconica del nostro tempo. L'autore ci spiega come funziona il sistema che le permette di esistere e analizza tutte le ipotesi che negli anni si sono susseguite sull'identità della mente che ha trasformato l'economia come la conoscevamo.

L'uomo più ricco del mondo, Gian Luca Comandini, Rizzoli, pagg. 176, € 18.



La gestione manageriale del turismo

Un manuale ricco di spunti per chi guida la macchina del turismo. La gestione delle aziende del settore è raccontata dai due esperti attraverso 14 casi studio riguardanti le diverse tipologie,

i rispettivi mercati di riferimento, le sfide imprenditoriali e manageriali, le tendenze della domanda tra sostenibilità e innovazione, non solo digitale. Le case history dimostrano che è possibile essere presenti sui mercati anche internazionali e poter esprimere un management all'altezza delle sfide che gli operatori sono chiamati ad affrontare.

Management delle imprese turistiche, Vito Roberto Santamato, Ettore Ruggiero, Franco Angeli, pagg. 446, € 38.

Cosa ci fa riempire il carrello?

È capitato a tutti: entriamo al supermercato con l'idea di comprare il latte e il pane e usciamo con due sacchetti ricolmi. Se ciò accade, è per via del neuroselling. Questa disciplina propone infatti un nuovo approccio alla vendita fondato su una migliore conoscenza del cervello. Lo spiegano (benissimo) Vincenzo Russo e Giorgio Gabrielli nel volume *Neuroselling - Il contributo delle neuroscienze alle tecniche di vendita*.

Gli autori, entrambi docenti allo Iulm, analizzano – alla luce delle più recenti ricerche neuroscientifiche – i processi alla base delle scelte e delle decisioni di acquisto di svariate categorie di prodotti. Ed evidenziano il ruolo centrale che, in questi processi, svolgono le emozioni e le percezioni inconscie: oltre l'80% delle decisioni di acquisto si basa sull'aspetto emotivo. In pratica, si vende di più facendo leva sulle emozioni che sulla razionalità.

Alternando teoria ed esempi pratici, Russo e Gabrielli costruiscono un testo che riesce ad essere un manuale scientifico e, nel contempo, un vademecum pratico. In tal senso si rivolge – oltreché agli studiosi (o ai semplici appassionati) di questa disciplina – a tutti coloro che, con vari ruoli e funzioni, operano in ambito commerciale, dai responsabili delle reti vendite agli store manager.



Anna Zinola

Neuroselling - Il contributo delle neuroscienze alle tecniche di vendita, Vincenzo Russo, Giorgio Gabrielli, Hoepli editore, pagg. 304, € 24,90.