



BOOK FOR MEDIA

IL DESIGN OLTRE IL DESIGN

Il libro di culto *Change by Design*, uscito nel 2019, è finalmente stato tradotto in italiano. Ruota attorno al design thinking, che continua a fare scuola salvaguardando i tre fattori chiave dell'innovazione. Un vero progetto visionario.

Sul design thinking esiste un'ampia letteratura: è riconosciuto fra i metodi più originali e versatili per sviluppare innovazione. Aziende tecnologiche influenti come Apple, Alphabet, IBM e SAP l'hanno posto al centro della loro operatività. SAP l'ha usato per lanciare prodotti multimiliardari in tempi record e ne ha finanziato l'insegnamento in tutto il mondo. A distanza di vent'anni dalla sua ideazione, a opera di Tim Brown e David Kelly, il design thinking continua a fare scuola. Perché non è solo una tecnica, è anzitutto un modo di pensare e di agire che "va al di là delle competenze del designer ed è accessibile a chiunque voglia padroneggiarne i metodi".

Il suo approccio mette al centro le persone e la loro user experience. Privilegia la multidisciplinarietà, anziché la iper-specializzazione, e la contaminazione fra culture professionali diverse, mettendo insieme designer, ingegneri e marketer, salvaguardando i tre fattori chiave dell'innovazione: desiderabilità, fattibilità, profittabilità della business idea. Pioniere di questo campo, Tim Brown, CEO e co-fondatore di IDEO, è autore di un libro di culto uscito nel 2019. Studiato da generazioni di designer, startupper e imprenditori che ne hanno sposato la filosofia. Citatissimo. Divulgato da diversi manuali pubblicati negli ultimi anni, ma mai all'altezza dell'originale. Per uno degli strani casi dell'editoria italiana, non era ancora stato tradotto. Ayros ha colmato questo vuoto, restituendo al pubblico italiano una pietra miliare sull'innovazione.

Alcuni concetti metodologici qui descritti potrebbero sembrare ormai acquisiti. Ma attenzione, questo libro non è solo un manuale, è un progetto visionario che riesce a farci entrare nella filosofia di Brown, nelle sue intuizioni, nelle scintille che le hanno illuminate, nei ragionamenti che gli hanno consentito di mettere a sistema una delle metodologie più fruttuose, e ancora ricca di potenzialità, per affrontare la sfida più impegnativa che i designer di trovano di fronte: ridisegnare il design.

Fra gli sviluppi in questa direzione, Brown cita l'uso del design thinking per la riprogettazione di istituzioni superate come la scuola; la rinascita della democrazia partecipativa; la riprogettazione delle città man mano che l'era dell'automobile s'avvia alla fine; l'umanizzazione dell'Intelligenza Artificiale; la conversione di un'economia da lineare a circolare. Tutti

ambiti in cui questo metodo ha ancora tanto da dire e da dare, perché l'innovazione, si sa, è un moto che non ha mai fine. A distanza di cinque anni dalla sua uscita, il libro conserva tutta la sua intramontabile freschezza.

(a cura di Raul Alvarez)



CHANGE BY DESIGN

TIM BROWN
EDITORE AYROS
204 PP., 27,00 EURO

E-COMMERCE FACILE PER PICCOLE IMPRESE

Il libro si rivolge ai piccoli imprenditori che devono realizzare il sito del loro e-commerce o che ne hanno già uno, ma non sono soddisfatti dei risultati; a chi realizza siti e-commerce per i suoi clienti e vuole migliorare le proprie conoscenze. I siti e-commerce che funzionano veramente bene rappresentano solo una minima parte di tutti quelli che affollano il web. Anche se si riesce ad attrarre molti visitatori, non è infatti assolutamente facile riuscire a convertirli in clienti effettivi. Per spingere i visitatori a cliccare sul pulsante 'Acquista' occorre miscelare bene immagini e descrizioni, contenuti informativi e contenuti persuasivi. È ciò che descrive questo libro utilizzando un percorso semplice step-by-step supportato da numerosi esempi e basato sulla ricerca delle migliori pratiche e degli strumenti più moderni ed efficaci.



MARINO FADDA
EDITORE FRANCOANGELI
224 PP., 26,00 EURO

COME REALIZZARE UN PIANO DI COMUNICAZIONE

La capacità di pianificare e implementare strategie di comunicazione efficaci è diventata una competenza imprescindibile per professionisti e aziende. Ne parla Salvo Longo, giornalista catanese esperto di comunicazione.

Il libro rappresenta una guida dettagliata e pratica che promette di essere uno strumento affidabile per lo sviluppo di piani di comunicazione.

È suddiviso in sei capitoli principali, ognuno dei quali affronta un aspetto cruciale della pianificazione della comunicazione: Introduzione alla Comunicazione Strategica; Analisi della Situazione; Definizione degli Obiettivi; Sviluppo delle Strategie; Implementazione del Piano; Monitoraggio e Valutazione.

L'appendice offre esempi di piani di comunicazione attraverso casi studio reali.



SALVO LONGO
126 PP., 11,43 EURO



TECNICHE DI MARKETING E COMUNICAZIONE CONTEMPORANEE

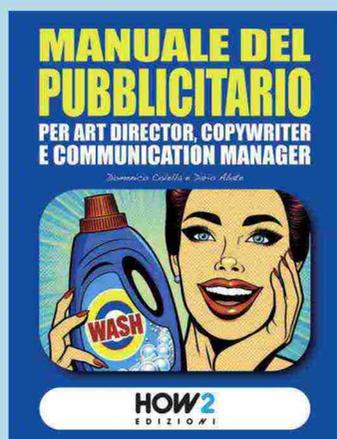
Il Manuale del Pubblicitario, scritto da Domenico Colella e Dario Abate per HOW2 Edizioni, si presenta come una guida imprescindibile per tutti coloro che operano nel settore della comunicazione e del marketing, in particolare per art director, copywriter e direttori della comunicazione.

Questo libro, frutto dell'esperienza ultradecennale di Colella nel campo della pubblicità e della consolidata expertise di HOW2 Edizioni nella manualistica, offre una panoramica completa e aggiornata delle tecniche di marketing e comunicazione contemporanee.

Si distingue per la sua chiarezza espositiva e per l'approccio stimolante ed esaustivo con cui tratta i vari argomenti. Ogni capitolo è progettato per essere accessibile anche a chi è alle prime armi, ma al contempo ricco di contenuti preziosi per i professionisti più esperti. Le case history incluse rappresentano uno degli aspetti più interessanti del volume, offrendo esempi concreti e dettagliati di campagne pubblicitarie di successo (o meno). Queste storie non solo illustrano le migliori pratiche, ma forniscono anche preziosi spunti di riflessione per affrontare le sfide del settore.

Un altro punto di forza del *Manuale del Pubblicitario* sono le interviste a vari addetti ai lavori, che arricchiscono il testo con esperienze e punti di vista diversi. Queste testimonianze dirette permettono di comprendere meglio le dinamiche interne del mondo della pubblicità e dell'imprenditoria, e di trarre insegnamenti pratici e applicabili nel lavoro quotidiano.

Il *Manuale del Pubblicitario* si conferma quindi come una risorsa indispensabile per chiunque voglia approfondire le proprie conoscenze nel campo della pubblicità, del marketing e della comunicazione. La capacità degli autori di combinare teoria e pratica, unita alla qualità editoriale di HOW2 Edizioni, rende questo libro un investimento sicuro per migliorare le proprie competenze e rimanere aggiornati sulle ultime tendenze del settore. Consigliato a tutti i professionisti della comunicazione, della pubblicità e del marketing che aspirano a eccellere nel proprio campo.



MANUALE DEL PUBBLICITARIO
DOMENICO COLELLA E DARIO ABATE
HOW2 EDIZIONI
EBOOK, 9,99 EURO

BELLA LA VITA

Nel libro *Bella la vita - Il documentario di un manager della pubblicità: una storia nella storia* (Rubbettino), Piscopo porta per mano il lettore - con ironia, con racconti esilaranti e con profondità di vedute e riflessioni - dentro quel mondo della pubblicità che fa parte della vita quotidiana degli italiani. Il fenomeno dell'advertising infatti è sempre stato fondamentale per le imprese per far conoscere sé stesse e per essere presenti sul mercato. Nel mondo della pubblicità l'autore ha lasciato profondamente il suo segno portando risultati inequivocabili in tutte le aziende dove ha lavorato. Il libro si chiude con riflessioni personali che rivelano la profondità del personaggio, affrontando i temi centrali dell'esperienza umana, la politica, la religione e Dio, l'amore, la famiglia, la convivenza sociale. Un libro particolarmente dedicato ai giovani che vogliono vivere intensamente. E che proprio pensando a loro Piscopo ha voluto scrivere.



FABRIZIO PISCOPO
EDITORE RUBBETTINO
216 PP., 15,84 EURO

L'ARTE DI FARE E-COMMERCE

Secondo il Report annuale sull'e-commerce italiano di Idealo, leader europeo nel settore comparazione prezzi che ha approfondito le abitudini delle persone che utilizzano regolarmente il loro comparatore, 8 italiani su 10 comprano almeno una volta al mese online, mentre il 24% addirittura anche una volta alla settimana.

"L'emergenza sanitaria causata dal Covid-19 ha accelerato di circa 10 anni un trend che era già in costante aumento a partire dai primi anni 2000. La vendita online è il presente e sicuramente sarà il nostro futuro", spiega Omar Bragantini.

Il volume è rivolto agli imprenditori, agli esperti di marketing e agli sviluppatori che desiderano avviare, gestire e progettare un e-commerce di successo e offre esempi concreti, casi studio e strategie per implementare un business online.



OMAR BRAGANTINI
500 PP., 67,00 EURO