Raffaello Cortina Editore

MIND
MENTE & CERVELLO

Diffusione: 25.000

www.ecostampa.it

**Stai per commettere un terribile errore!**
Come evitare le trappole del pensiero

di Olivier Sibony

Raffaello Cortina Editore, Milano, 2022, pp. 336 (euro 24,00)

# DECIDERE SCHIVANDO LE TRAPPOLE MENTALI

*di* **PIERANGELO GARZIA**

Una decisione può essere affrontata con un approccio scientifico? Possiamo cioè evitare tutte quelle trappole mentali e distorsioni cognitive che possono portarci fuori strada e indurci a terribili errori di valutazione, finendo col danneggiare, per esempio, l'azienda o il progetto di cui siamo a capo?

Questo libro, frutto di un attento e ampio lavoro di Sibony (studioso di pensiero strategico e analisi dei processi decisionali dell'École des Hautes Études Commerciales di Parigi) è la valida risposta a queste e a molte altre domande sui processi decisionali e su tutto ciò che ne impedisce il fruttuoso svolgimento. La validità del testo – che può essere considerato anche un manuale, da studiare e mettere in pratica oltre che da leggere – è data dal fatto che Sibony, oltre a essere uno dei massimi ricercatori nel campo, si è pure «sporcato le mani» come *senior partner* della McKinsey & Company, società di consulenza manageriale tra le più importanti al mondo.

Grazie a questa vasta esperienza sul campo, associata alle acquisizioni delle scienze cognitive e della psicologia sociale, Sibony passa in rassegna tutta una serie di casi pratici, tratti dalle vicende sia catastrofiche sia di successo di grandi società, per elencare sia i molteplici bias, pure inconsci, di cui possiamo essere vittime, sia le tecniche, le architetture, le *checklist*, i metodi per condurre le riunioni, anche e soprattutto con pensatori divergenti, «avvocati del diavolo» appositamente individuati per svolgere quel ruolo. Il libro smonta inoltre alcuni luoghi comuni e pratiche consolidate, come il valore di ciò che definisce le «trappole dello storytelling» o l'abuso delle *slide* nelle riunioni.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

005345

L'ECO DELLA STAMPA®
LEADER IN MEDIA INTELLIGENCE