

Email Marketing In Azione Strategie Casi Di Business Esempi Pratici

Getting the books **Email Marketing In Azione Strategie Casi Di Business Esempi Pratici** now is not type of inspiring means. You could not single-handedly going following books deposit or library or borrowing from your links to right of entry them. This is an no question easy means to specifically get guide by on-line. This online proclamation Email Marketing In Azione Strategie Casi Di Business Esempi Pratici can be one of the options to accompany you considering having supplementary time.

It will not waste your time. take me, the e-book will unconditionally declare you new thing to read. Just invest tiny time to log on this on-line proclamation **Email Marketing In Azione Strategie Casi Di Business Esempi Pratici** as skillfully as evaluation them wherever you are now.

Il Mondo - 2008-03

**Email Marketing -
Acquisisci clienti e aumenta
le tue vendite: quello che
ogni imprenditore dovrebbe
sapere sull'acquisizione
clienti** - Guglielmo Arrigoni

2016-03-22T00:00:00+01:00

L'email è morta? Davvero ci

credi? Hai mai pensato che al giorno d'oggi l'email è, invece, la chiave di accesso a qualsiasi cosa? Il mio obiettivo è spiegare l'email marketing agli imprenditori. Mi piace definire l'email come "il collante di tutte le strategie di marketing" focalizzate all'acquisizione di clienti. L'email è a tutti gli

effetti uno strumento di vendita. Ed è il più importante che abbiamo. In questo libro ti spiego passo passo come sfruttarla al meglio per il tuo business. Questa è la mia teoria applicata sul campo, che oggi è diventata a tutti gli effetti pratica. Quello che scrivo è derivato completamente dalla mia esperienza, giorno dopo giorno. Un percorso che ho deciso di condividere in queste pagine e che mi porta a dire, senza timori, che l'email oggi non è affatto morta, anzi! L'email vive più che mai generando meravigliose possibilità di business, fluide, adattabili, scalabili. Vuoi sapere come si fa a vendere con l'email marketing? Grazie a questo volume lo scoprirai.

Digital food marketing -

Nicoletta Polliotto

2018-04-13T00:00:00+02:00

La ristorazione in Italia cresce ma non brilla e fatica ad abbracciare il 'futuro'. Ormai la metà degli italiani scrive recensioni e cerca il locale da mobile, più di 4 milioni ordinano con il food delivery e

il 70% vorrebbe prenotare il tavolo online. Questo manuale accompagna il lettore nella costruzione del piano di marketing digitale per il ristorante, ormai improrogabile. Ogni parte del sistema di comunicazione, promozione e vendita dell'offerta è raccontata con semplici 'how-to-do', conditi con buone pratiche, interviste agli specialisti, testimonianze di brand del food e dell'accoglienza ristorativa. Senza tralasciare pratici spunti da applicare subito in cucina e in sala. Dedicato a chef, ristoratori e operatori F&B, questo volume permette di acquisire visione e strategia, e gestire al meglio il proprio percorso di evoluzione digitale.

Il marketing della moda.

Politiche e strategie di fashion marketing - Antonio Foglio

2007

Email Marketing

Automation: Il motore che accelera il rapporto con i clienti e le vendite - Maura Cannaviello

2018-03-23T00:00:00+01:00

L'email marketing automation non è il futuro, ma un processo già in atto che sta trasformando la comunicazione di tanti brand, dai più grandi ai più piccoli. Questo libro ti permette di generare subito interessanti risultati di crescita attraverso le tue campagne di email marketing, grazie alle strategie indicate per intercettare nuovi contatti. E in più ti mostra come curare e far crescere questi rapporti e come seguirli durante tutto il processo di informazione sino alla vendita. Qui trovi sia soluzioni pratiche sull'uso del canale email e sull'applicazione di automazioni alla tua comunicazione, sia esempi concreti la cui attuazione non richiede particolari competenze tecniche né investimenti, essendo probabilmente già compresi nel tuo servizio di newsletter. L'impiego del marketing automation è una grande opportunità soprattutto per le piccole imprese, che potranno conoscere e sfruttare al massimo i tanti processi di comunicazione spesso non

utilizzati o ritenuti poco importanti.

Digital Strategy per il turismo - Sara Caminati
2019-09-27T00:00:00+02:00
Rivolto agli operatori del settore turistico, questo libro fornisce una strategia per gestire correttamente la presenza nei canali digitali e sui social media al fine di incrementare il business e fi delizzare i clienti. Attraverso un approccio teorico e pratico al digital e al social media marketing, l'autrice offre un metodo di lavoro che si compone di tre fasi: scenario, strumenti e strategia. Un viaggio che inizia dall'analisi dei comportamenti dei viaggiatori e prosegue nella scelta degli strumenti più idonei per promuovere la propria attività, fino alla definizione degli obiettivi, degli investimenti e del coinvolgimento di figure professionali come digital strategist, influencer e blogger. Il volume è ricco di checklist, tool, esercizi, esempi, contributi di esperti, casi di studio e suggerimenti per

aiutare il lettore a utilizzare in modo strategico sito web, social, email e chatbot.

Digital marketing per l'e-commerce e il new retail -

Mario Bagliani

2019-03-15T00:00:00+01:00

Una guida per orientarsi nell'articolato e dinamico mondo del digital marketing applicato all'e-commerce, attraverso la trattazione di tutti i principali canali, delle strategie di marketing e dell'uso della tecnologia. Il ruolo del digital marketing è cresciuto all'interno delle aziende moderne, che oggi devono offrire ai loro clienti customer experience ingaggianti, piene di contenuti, frictionless e omnicanale. Le aziende si devono sempre più confrontare con i social, i format video e mobile, passando da un approccio per singoli canali e singole campagne a un approccio integrato, multi canale e multi device, basato su conversion funnel strutturati, alimentati da big data e sistemi di tracking avanzati. La pubblicazione è frutto di oltre vent'anni di

esperienza degli autori nonché dell'opera di confronto, ricerca e discussione gestita dal Consorzio Netcomm con più di cinquanta aziende che rappresentano eccellenze nei diversi aspetti dell'e-commerce, dei nuovi modelli di retail e del digital marketing.

Dal petrolio all'energia - Paride Rugafiori 2008

Email marketing che funziona - Stefano Calicchio 2011-10-03

L'email marketing che funziona attraverso un pratico manuale che ti guiderà passo a passo nello sviluppo dell'e-mail marketing vincente. Scoprirai così le strategie dei professionisti che utilizzano in modo efficace i sistemi di posta elettronica per raggiungere ottimi risultati di vendita e gradimento, nonostante un budget ridotto o limitato. Prepara il tuo piano di email marketing, traduci in azione le strategie pratiche e ottimizza la tua campagna con gli strumenti di web analytics. È semplice, ma solo se sai come fare. Scopri un approccio semplice all'email marketing

con la guida di riferimento per il settore.

Città e strategie - Gastone Ave 2004

Email marketing 2.0 -

Nazzareno Gorni

2013-08-01T00:00:00+02:00

Email marketing 2.0 offre ad aziende e professionisti nuovi strumenti per creare una relazione digitale rilevante con i propri clienti, potenziali e acquisiti, trasformandoli in preziosi ambassador del brand. Capitolo dopo capitolo, questa guida accompagna il lettore dagli elementi fondamentali fino ai segreti del mestiere. Chi si occupa di email marketing affronta ogni giorno svariate tematiche: dalla creazione di liste usando tecniche di social e search marketing alla composizione di un'email, dalle soluzioni antispham alla compatibilità con smartphone, dalla configurazione di server e domini alla raccolta e interpretazione di dati statistici. Aspetto decisivo di ogni campagna di comunicazione è, da sempre, il rispetto della normativa che

regola la raccolta dei dati, la vendita e-commerce, i concorsi e la pubblicità online. Questo volume illustra e commenta i più recenti aggiornamenti legislativi europei e approfondisce i temi attuali dell'email marketing come l'ottimizzazione di testi, elementi grafici e call-to-action, la potenzialità dei social network e la gestione di destinatari e comunicazioni sulla base di attività e storico di acquisto, perché la via per il successo passa dal coinvolgimento di chi riceve il nostro messaggio.

Costruisci la tua lista - Lista per l'e-mail marketing dei tuoi clienti - Alan Revolti
2019-04-17

Costruire una lista è importante per ogni azienda perché la lista è una risorsa che aiuta a far crescere il business e possiede un vantaggio molto importante, l'accesso speciale allo spazio personale di un cliente. Inoltre, la lista, è un'economica e autentica tecnica di costruzione dei lead, contribuisce alla fornitura di

contenuti di valore e alla costruzione della fiducia nel rapporto con i clienti. Le linee guida di questo libro scritto dal consulente di marketing Alan Revolti, sono solo alcune delle strategie che puoi utilizzare per far crescere la tua lista di abbonati il più velocemente possibile. In pratica, tu puoi mettere in campo più strategie contemporaneamente ma ricorda che uno solo di questi consigli non può effettivamente raggiungere l'obiettivo prefissato. Devi cercare di metterli in campo tutti o almeno una gran parte di essi. Spero che questi cinquanta punti strategici per costruire una mailing list - conclude l'autore nella sua premessa - ti possano essere utili. Ciò che ti consiglio, è di testarli tutti e vedrai che con un po' di pazienza riuscirai a ottenere i risultati che desideri. Ciò che maggiormente conta nel business online è la caparbia, cioè la decisione di portare avanti il tuo progetto e di non scoraggiarti mai. Sarebbe davvero un peccato rinunciare ad un progetto di vendita solo

perché le prime volte hai fallito. Ricorda che gli uomini di successo hanno fallito numerose volte ma poi, grazie alla loro caparbia sono riusciti a trovare la strada giusta e ad indirizzare con profitto il loro business. A prescindere da ogni considerazione, comunque ricorda sempre che i soldi sono nella lista e che se non ne hai una, tutti i tuoi sforzi non porteranno a grandi vendite. Coraggio ce la puoi fare!

e-Commerce - Daniele Vietri
2012-10-30T00:00:00+01:00

e-Commerce è un manuale pratico, utile per affrontare le fasi che portano all'apertura di un negozio online e al conseguente periodo di avviamento. Una guida completa che racconta di strategie, opinioni, errori evitabili ed esperienze di successo; legata tanto al metodo quanto agli strumenti. Ecco perché i suoi contenuti vi saranno utili sia come guida nella fase di progettazione del sito sia come reference nella fase di gestione. Il testo illustra tutti i passaggi obbligati per

chi desidera aprire un negozio online: dall'idea all'analisi, dal prodotto alla concorrenza, dalla realizzazione all'ottimizzazione, dagli aspetti legali a quelli di gestione. Ma è anche una vera guida pratica che aiuta a risolvere le problematiche nel singolo progetto, basandosi sull'analisi di shop di successo, sull'esperienza di chi fa e-Commerce da anni e sulla valutazione delle scelte che poi, a seconda dei casi, si rivelano profittevoli o inconcludenti. Tra i contenuti oltre 250 immagini, screenshot e grafici, 470 link, 30 tabelle, 170 note, 12 interviste a esperti, 14 contributi da merchant e professionisti, casi studio ed esempi reali con lo scopo di ispirare e rendere la lettura il più possibile varia e piacevole.

Vendere alla grande distribuzione. La strategia di vendita e di trade marketing - Foglio 2016

Email marketing in azione. Strategie, casi di business, esempi pratici - Elisa De Portu

2016

Manuale di Inbound Marketing
- Alessandra Maggio

2018-02-12

Una guida pratica per organizzare al meglio le tue attività di web marketing. La gestione delle diverse attività di web marketing richiede metodo e disciplina ed è fondamentale sapere coordinare le diverse strategie e i diversi strumenti a disposizione. Questo manuale spiega esattamente qual è il ruolo di ciascuno strumento all'interno di una strategia che porti risultati concreti per la tua attività. Strategia che cambia in base al tuo modello di business, alla situazione attuale della tua azienda (online e offline), al processo d'acquisto del tuo cliente tipo e ai tuoi obiettivi specifici. Ecco perché questo è un ebook da usare come un vero strumento di lavoro: grazie alla semplicità di linguaggio utilizzato dall'autrice, qui trovi sintetizzati concetti molto complessi e vengono illustrate strategie specifiche e di

successo. Nella prima parte del libro si affronta la fase di startup tecnica di un progetto di web marketing. Partendo dall'analisi delle informazioni, si indica come stabilire i giusti obiettivi e la definizione del target di riferimento in relazione anche ai competitor. La seconda parte si concentra sulle scelte delle principali piattaforme di Inbound Marketing: dai CMS (Content Management System) per la gestione del sito web, vero fulcro delle attività di web marketing (in special modo per la SEO) fino alla scelta della piattaforma per l'ecommerce, se si vuole vendere direttamente online. La terza parte è dedicata all'operatività: come aumentare la propria Brand Awareness, ottenere nuovi contatti utilizzando Google Adwords e Facebook ADS, utilizzare campagne di email marketing e tracciare tutti i risultati attraverso la Web Analysis. L'ebook termina affrontando un aspetto di primaria importanza e spesso trascurato: le tutele e i vincoli legali online. Contenuti

dell'ebook in sintesi . Startup di un progetto di web marketing: analisi preliminari, definizioni degli obiettivi, strumenti pratici . Startup Strategica e Startup Tecnica (Audit SEO) . Come scegliere la piattaforma giusta . La scelta del CSM . Dentro il progetto: Brand Awareness, Ecommerce, Lead Generation . Tutele e web Perché leggere questo ebook . Per conoscere e imparare a usare gli strumenti del web efficacemente . Per definire e costruire la migliore strategia di web marketing per te e il tuo business . Per usare gli strumenti del web e i social in modo strategico per i tuoi specifici obiettivi . Per promuovere il tuo brand in qualunque settore e con qualunque budget L'ebook si rivolge . A privati, a chi ha un'attività, a imprenditori e ai liberi professionisti che vogliono improntare una efficace strategia attraverso gli strumenti di web marketing . Ai professionisti della comunicazione e direttori di marketing . Agli studenti di comunicazione e agli

appassionati del web . Ai formatori e docenti di comunicazione, per utilizzare esempi pratici una guida utile e aggiornata da utilizzare nei i loro workshop e corsi p.p1

{margin: 0.0px 0.0px 5.0px 0.0px; text-align: justify; font: 14.0px 'Gill Sans Light'} p.p2

{margin: 0.0px 0.0px 5.0px 0.0px; text-align: justify; font: 14.0px 'Gill Sans Light'; min-height: 16.0px} p.p3 {margin: 0.0px 0.0px 3.6px 0.0px; text-align: justify; font: 14.0px 'Gill Sans Light'}

p.p4 {margin: 0.0px 0.0px 0.0px 0.0px; text-align: justify; font: 14.0px 'Gill Sans Light'; min-height: 16.0px} p.p5 {margin: 0.0px 0.0px 0.0px 0.0px; font: 14.0px 'Gill Sans Light'}

p.p6 {margin: 0.0px 0.0px 5.0px 0.0px; font: 14.0px 'Gill Sans Light'} span.s1 {letter-spacing: 0.0px}

Il marketing digitale per l'impresa BtoB. Impostare una strategia digitale efficace nel Business to Business - Manuela Cuadrado
2019-06-05

Un'azienda chimica che produce estratti naturali può avere la stessa strategia di

marketing digitale di una che produce cosmetici? Un e-commerce di profilati di alluminio può seguire le stesse logiche di un e-commerce di arredamento? Le necessità delle imprese BtoB (o "imprese complesse") sono molto diverse da quelle delle aziende rivolte al consumatore, in particolare negli aspetti commerciali e nelle scelte di marketing. Ma basta tenere conto di questa diversità per creare campagne digitali efficaci, come dimostrano vari casi di successo. Questo libro ha l'obiettivo di avvicinare chi lavora nel BtoB al linguaggio e alle dinamiche del Digital Marketing: un percorso verso la creazione di un Digital Plan di successo, con casi di studio ed esercizi pratici da condividere in azienda.

Affiliate marketing - Giannicola Montesano

2016-07-01T00:00:00+02:00

L'Affiliate Marketing è un ramo del web marketing basato sulle performance: per raggiungere i risultati l'affiliato utilizza tutti i canali promozionali, sfruttandone tutte le

potenzialità. Strumenti come SEO, Copywriting persuasivo, DEM, Video advertising, Mobile advertising, Social advertising, SEM e Native sono delle grandi opportunità se sapete come usarli. Ma se l'obiettivo è capire come migliorare le strategie di web marketing per guadagnare online o acquisire più clienti dovete pensare e agire come affiliati professionisti. Questo volume non offre solo una panoramica sull'affiliate marketing in Italia, ma è anche un manuale strategico per diventare un affiliato professionista e guadagnare con campagne promozionali, programmi di affiliazione o con clienti diretti. Lo scopo è quello di offrire una visione generale di quali sono i principali network e programmi di affiliazione adatti per iniziare a lavorare con profitto. Imparerete come generare conversioni avendo cura di rispondere alla "domanda" dell'utente, costruendo affiliate site verticali che convertono e a utilizzare gli strumenti adatti per generare azioni. Scoprirete

inoltre come guadagnare davvero con le campagne promozionali e troverete best practice e casi di studio che mostrano le strategie applicate per fare delle promozioni vincenti sul web.

Content Marketing - Luca Conti
2016-02-29T00:00:00+01:00

La battaglia dell'attenzione si vince con i contenuti, attraverso i quali raggiungere e stimolare l'interesse di potenziali clienti. In un momento in cui i media tradizionali perdono terreno a vantaggio di app e media digitali, ogni azienda/organizzazione ha l'opportunità di diventare essa stessa un editore, producendo e curando i propri contenuti: testi, video, infografiche e molto altro. Content marketing vuole aiutarvi a ragionare come professionisti, analizzando i bisogni dei destinatari che volete contattare, pianificando le attività necessarie, con metodo e continuità. Strategie, consigli per un piano editoriale corretto e best practice di aziende e professionisti rendono questo volume un

programma da applicare subito. Il content marketing vi consente di emergere dal mare magnum della rete, permettendovi di conquistare l'attenzione e la fiducia dei vostri clienti, attuali e futuri. È una delle grandi opportunità per il vostro business.

Catalogo dei libri in commercio - 1999

Il marketing comunicativo dell'impresa. Dalla pubblicità alla comunicazione offline e online al consumatore - Antonio Foglio

2013-08-01T00:00:00+02:00
100.796

Startup marketing - Alessia Camera

2017-05-10T00:00:00+02:00

In un mondo in cui la competizione per ottenere l'attenzione degli utenti è in costante aumento, il marketing in una startup è l'elemento che fa la differenza. Il growth hacking e il marketing non sono due facce della stessa medaglia, ma due approcci complementari al raggiungimento di un obiettivo comune, in un'organizzazione

dalla natura incerta dove il primo scopo è quello della crescita. Il growth hacking non consiste nel mettere assieme una serie di trucchi e segreti per acquisire utenti ma si basa su una metodologia che combina creatività, analisi, strategia e pianificazione nelle diverse fasi di sviluppo dell'idea. Ecco perché tutti ne parlano, senza riuscire veramente a capire di cosa si tratta. Startup Marketing è una guida completa per comprendere, definire e applicare le strategie di marketing per un progetto o un prodotto digitale, focalizzandosi in modo semplice, pratico e completo sui modelli, le attività e le best practice utili per sviluppare il proprio business.

Digital strategy - Andrea Cioffi

2018-07-04T00:00:00+02:00

Questo libro si rivolge a tutte quelle imprese che devono pianificare, attuare e misurare efficaci strategie di comunicazione sui canali digitali. Il testo offre al lettore tutti gli strumenti utili per supportare i processi di

cambiamenti necessari per un presidio efficace dei canali digitali. La metodologia operativa presentata sposa una logica di tipo inbound, essendo incentrata sullo sviluppo di strategie di content marketing con l'obiettivo di mettere un'impresa nella condizione di attrarre il proprio target di riferimento. Il libro è diviso in tre parti. Parte I - Normativa. Si fa chiarezza su termini inflazionati come digitale, economia digitale, strategia digitale, canali digitali e i principali trend a cui prestare oggi attenzione. In questa sezione, inoltre, si fa luce sull'evoluzione dei modelli di consumo e del concetto di customer journey. Parte II - Posizionamento sui canali digitali. In questa sezione sono illustrati metodologie e strumenti di visual management, con consigli per la definizione di strategie di contenuto e per la promozione dello stesso sul web e sui social network. In questa parte si offre anche una panoramica dei principali servizi a supporto della comunicazione digitale.

Parte III - Organizzazione.

Questa sezione esamina gli aspetti di natura organizzativa, sia a livello macro sia micro, per aiutare il lettore a comprendere non solo l'impatto che la trasformazione digitale può avere sui processi manageriali di marketing e di comunicazione, ma anche le influenze sull'intera organizzazione di impresa.

Digital Marketing integrato - Francesco De Nobili

2018-03-26T00:00:00+02:00

Il primo manuale in Italia che insegna un metodo originale per integrare diverse azioni di marketing, per gestire e creare un flusso di dati, allo scopo di ottimizzare gli investimenti, in funzione del business aziendale. Il libro è frutto di esperienze reali e sperimentazioni applicate a realtà aziendali dei principali settori economici, sia nel Business to Consumer (B2C) sia nel Business to Business (B2B). Scritto con un linguaggio accessibile e professionale, descrive le tecniche per integrare tra loro varie attività di marketing,

online e offline, a partire dalla gestione dei dati: SEO, social media marketing, lead generation, growth hacking, chat bot, email marketing, CRM, pubblicità, neuromarketing, mobile engagement, employer branding e molto altro. È stato ideato come strumento di supporto per chi si occupa di marketing, comunicazione e promozione multicanale, online e offline, e per chi vuole migliorare i processi produttivi, attraverso una vera trasformazione digitale in azienda. Il libro è parte di un progetto a cui potrete partecipare, interagendo con l'autore per segnalare spunti e condividendo la vostra lettura sui social attraverso l'hashtag ufficiale #librodmi.

Web Marketing per le PMI -

Miriam Bertoli

2018-10-12T00:00:00+02:00

Terza edizione di uno dei bestseller della collana di Digital Marketing, questo libro illustra come funzionano i principali strumenti del web marketing a disposizione delle Piccole e Medie Imprese. Come

sfruttare in pieno le opportunità di business offerte della rete? Come creare il mix migliore di strumenti digitali e tradizionali per emergere, farsi trovare, stabilire relazioni e raggiungere nuovi clienti? Come ottimizzare gli investimenti e decidere il budget? L'autrice guida il lettore passo dopo passo nel definire il piano marketing digitale, presenta i principali strumenti a disposizione (SEO, social media, e-mail marketing ecc.) e svela i segreti per ottenere risultati soddisfacenti. Completano il libro esempi di PMI che hanno usato con successo Internet per migliorare il loro business.

E-commerce. Progettare e realizzare un negozio online di successo - Daniele Vietri
2011

E-Commerce è un manuale pratico, utile per affrontare le fasi che portano all'apertura di un negozio online e al conseguente periodo di avviamento. Una guida completa che racconta di strategie, opinioni, errori evitabili ed esperienze di

successo; legata tanto al metodo quanto agli strumenti. Ecco perché i suoi contenuti vi saranno utili sia come guida nella fase di progettazione del sito sia come reference nella fase di gestione. Il testo illustra tutti i passaggi obbligati per chi desidera aprire un negozio online: dall'idea all'analisi, dal prodotto alla concorrenza, dalla realizzazione all'ottimizzazione, dagli aspetti legali a quelli di gestione. Ma è anche una vera guida pratica che aiuta a risolvere le problematiche nel singolo progetto, basandosi sull'analisi di shop di successo, sull'esperienza di chi fa e-Commerce da anni e sulla valutazione delle scelte che poi, a seconda dei casi, si rivelano profittevoli o inconcludenti. Tra i contenuti oltre 250 immagini, screenshot e grafici, 470 link, 30 tabelle, 170 note, 12 interviste a esperti, 14 contributi da merchant e professionisti, casi studio ed esempi reali con lo scopo di ispirare e rendere la lettura il più possibile varia e piacevole. Gli autori

approfondiscono in rete gli argomenti trattati nel libro e tutte le novità del settore all'indirizzo www.libroecommerce.it.
[Ingredienti di Digital Marketing per la ristorazione](#) - Luca Bove
2015-09-30T09:40:00+02:00
Perché ti parliamo di marketing digitale per la ristorazione? Perché: ci sono più dispositivi connessi che abitanti sul pianeta, ci sono più smartphone (da usare per prenotare il tuo ristorante) che spazzolini da denti (da usare dopo), i tuoi clienti usano Internet più di te, nessuno lo ha ancora fatto in Italia, oggi le strategie imprenditoriali si applicano online e con eccellenti performance. Abbiamo scritto questo manuale con la speranza di vederlo nella biblioteca di chef, ristoratori, pizzaioli e manager di catene ristorative, tra guide e storici ricettari, sempre a portata di mano per trovare un consiglio di comunicazione e per scoprire idee e spunti di vendita e marketing. Leggendo questo libro troverai gli

ingredienti giusti (strumenti e tecniche) per il marketing del tuo ristorante che, miscelati con la debita cura, creeranno il piatto perfetto: il tuo progetto di digital marketing per comunicare, informare e vendere grazie al web. Con la tua cucina ci insegna che un buon piatto non necessita di molti sapori diversi, ma di un'originale ed equilibrata calibrazione. Diventa anche tu un Digital Chef: proponi la tua personale ricetta del successo online.

Web marketing PER HOTEL

- Piersimoni Francesco

2018-11-30

Ora disponibile anche in formato digitale In "Web Marketing per Hotel"

Francesco Piersimoni fornisce al lettore un orientamento preciso circa le strategie digitali e gli strumenti di marketing da adottare per emergere nel mercato turistico. Quello che hai per le mani è dunque un libro strategico, i cui concetti vanno al di là del tempo. Si tratta di una guida pratica, concreta e generosa di esempi reali. Il web marketing

per hotel viene spiegato, capitolo dopo capitolo, partendo dall'analisi del target fino ad arrivare alla misurazione dei risultati. Il libro è rivolto ai professionisti dell'ospitalità che lavorano in una struttura turistica: titolari, gestori, direttori, manager e responsabili marketing; ma anche a professionisti della comunicazione e del marketing che vogliono approfondire alcuni temi legati a questo settore.

Ufficio marketing & comunicazione. Principi, attività e casi di marketing strategico e operativo -

Gianluca Buganè 2006

eMail marketing in azione -

Elisa De Portu

2016-07-01T00:00:00+02:00

Nell'email marketing farsi leggere è sempre più difficile, ma c'è ancora un grande margine di innovazione, per chi voglia migliorare i propri risultati. Questo libro ha lo scopo di costruire un percorso ragionato e completo sul canale email e sulle sue potenzialità. Potrete

comprendere come costruire un database, come gestire correttamente i dati, come integrare l'email marketing in un buon mix di azioni, anche attraverso i social network; e quali sono le best practice per organizzare la comunicazione in modo personalizzato e soprattutto mobile. Da un lato affronteremo gli aspetti strategici, dall'altro scioglieremo punto per punto le questioni operative e le piccole criticità del lavoro di ogni giorno: il tutto corredato da tantissimi esempi e casi di studio. L'obiettivo è fornire, oltre che delle risposte, delle ispirazioni utili da mettere in campo. Buone idee che potrete replicare subito, anche se non appartengono al vostro settore. Scoprirete infine qual è il presente dell'email marketing, in uno scenario tecnologico e progettuale che va dal CRM all'ecommerce, passando per la marketing automation: comunicazioni sempre più automatiche, tempestive ed efficienti, in grado di condurre l'utente a una specifica azione. Quella che serve al vostro

business.

Marketing e comunicazione -
Maurizio Masini

2017-03-14T00:00:00+01:00

Negli ultimi anni, in seguito all'avvento del digitale, il marketing e la comunicazione hanno conosciuto trasformazioni talmente radicali da averne cambiato in profondità gli approcci, le strategie, le tecniche. Da qui la nuova visione d'insieme che questo libro cerca di fornire. Il volume prende le mosse dalle teorie e dalle definizioni classiche, nella consapevolezza che i grandi studiosi del passato sono ancora fondamentali per comprendere oggi le dinamiche di marketing e comunicazione. I capisaldi della comunicazione d'impresa, comunque aggiornati alla luce della trasformazione digitale, sono trattati in profondità: dal branding alla pubblicità, dalle ricerche di mercato alle relazioni pubbliche, fino agli eventi. L'ultima parte ha come focus proprio l'ecosistema digitale e illustra come l'ottimizzazione delle pagine web in funzione del loro

posizionamento sui motori di ricerca o il design dell'esperienza dell'utente siano, insieme a un approccio strategico ai social media, imprescindibili per chiunque voglia fare marketing e comunicazione. A partire dall'esperienza del Master in Comunicazione d'impresa dell'Università di Siena, i diversi temi sono affrontati da studiosi provenienti da numerosi atenei nazionali e internazionali, nonché da professionisti di primo piano che operano all'interno di imprese, agenzie di comunicazione e società di consulenza. Ciascun capitolo è poi arricchito da schede di approfondimento e interviste a esperti del settore. Una pluralità di voci e discipline che ha l'obiettivo di definire un framework completo, indispensabile per chi si affaccia per la prima volta al mondo del marketing e della comunicazione, ma anche per chi, in questo mondo, opera già a livello professionale.

Social Media Marketing per il turismo - Josep Ejarque

2015-01-23T00:00:00+01:00
Internet ha trasformato radicalmente il turismo, ha modificato la relazione tra domanda e offerta, ha introdotto un modo diverso da parte del turista di rapportarsi con le destinazioni, le imprese e i fornitori. Ma non solo: ha cambiato la struttura del mercato, ha favorito la disintermediazione e la reintermediazione, ha creato nuovi modelli di business, modificando i canali di comunicazione e di distribuzione, inaugurando un nuovo modo di fare marketing. Oggi la domanda turistica si colloca in rete e in Internet: è qui che i turisti cercano informazioni e decidono cosa fare ma, soprattutto, diventano promotori e raccomandatori per altri turisti. Il social media marketing rappresenta quindi una grande opportunità per le destinazioni e le imprese: coinvolgere gli utenti oggi è infatti l'unica strada per incrementare la visibilità, la riconoscibilità e la reputazione nel mercato. Il libro approfondisce come costruire

strategie social vincenti, come applicare tattiche efficaci di content e viral marketing, come gestire le community nel turismo, specificando gli strumenti e le piattaforme più adatte per generare conversazioni in rete, stimolare la reputazione, la brand reputation e il sentiment, senza dimenticare di affrontare il tema estremamente attuale del mobile marketing.

Il marketing della cultura. Strategia di marketing per profitti-servizi culturali, formativi, informativi, editoriali - Antonio Foglio
2005

Il nuovo marketing del prodotto turistico. Analisi, strategia ed emozioni - Giacomo Pini

2013-03-04T00:00:00+01:00
278.1.3

Strategie e tattiche di facebook marketing per aziende e professionisti - La guida più aggiornata per il tuo business su Facebook - Veronica Gentili

2022-01-04T00:00:00+01:00
Molte aziende hanno ormai

compreso che i social network in generale, e Facebook in particolare, sono diventati ambienti che è impossibile non presidiare. Il problema sta nel fatto che difficilmente riescono a farne una reale risorsa di business. Come raggiungere i nostri attuali e potenziali clienti? Come farsi conoscere in modo mirato, acquisire contatti e incrementare le vendite? In questa quarta edizione del libro ti racconto come funziona davvero Facebook per le aziende, come ottimizzare la tua Pagina e i tuoi post, come creare un Facebook Marketing Plan di successo che ti aiuti a raggiungere risultati concreti e come utilizzare per il business il social network più amato al mondo. Se sei un professionista della comunicazione, un marketing manager, un digital o social media marketer o se vuoi fare del marketing su Facebook la tua professione, questo è il libro giusto per te.

eCommerce marketing & vendite - Francesco Antonacci
2018-10-12T00:00:00+02:00
Un libro che raccoglie

suggerimenti basati su anni di esperienza pratica in progetti reali, che permetteranno ai lettori di costruirsi una personale e perfetta strategia di eCommerce. Si stima che entro il 2020 il fatturato mondiale dell'eCommerce raggiungerà i 4000 miliardi di dollari, il 15% delle vendite globali. Nel pieno della rivoluzione digitale, i cambiamenti sono così repentini da rendere essenziale l'aggiornamento costante per mantenere la competitività sul mercato. Come creare allora un progetto di eCommerce che funzioni davvero? Come scegliere i consulenti o gli interlocutori giusti? Come costruire un valido team di web marketing ottimizzando le risorse? Questo libro offre una risposta a queste e ad altre domande, e presenta uno scenario completo sugli aspetti che possono decretare il successo di un progetto di vendita online.

WEB MARKETING - IL MANUALE, Strategie, strumenti, tendenze innovative/ dall'esperienza dei migliori

consulenti italiani - Luca Vanin
2022-07-26T00:00:00+02:00

Se hai tra le mani questo manuale è perché qualcosa di magico è accaduto. L'hai visto, l'hai incrociato da qualche parte, e qualcosa ha attirato la tua attenzione. Forse ti serviva una guida di marketing. Forse ti ha incuriosito il titolo, o la sua copertina. Oppure conosci i suoi autori. Bene, se leggi queste parole, il marketing ha fatto il suo lavoro. E, se sei arrivato fino a qui tramite il web, il WebMarketing ha chiuso il cerchio. Non importa se sei tu ad aver scelto questo libro o lui ad aver scelto te. Ciò che importa è che qualcosa è scattato e ora devi aprirlo, leggerlo, possederlo. È entrato nella tua vita. A te la scelta: continuare dopo il primo passo, o lasciare cadere un'opportunità? Sono un imprenditore che insegna web marketing. Ho raccolto 15 autori, e insieme vogliamo accompagnarti in un viaggio, nell'esplorazione delle diverse componenti di questo settore, aiutandoti ad orientarti, capire come muoverti, padroneggiare

le diverse conoscenze. Cosa fai? Entri nella tana del bianconiglio?

Emotional CRM. Strategie di marketing relazionale per PMI ed e-commerce -

Ottieni il massimo dal tuo database - Maura Cannaviello
2021-03-15T00:00:00+01:00

Oggi come ieri le relazioni sono il cuore pulsante delle attività commerciali. Saper gestire una conversazione attraverso tutti i punti di contatto (touch point) con il consumatore, durante la sua esperienza di acquisto, consente ad aziende e professionisti di abbassare i costi e godere di vantaggi come passaparola e fidelizzazione che portano frutti nel tempo. Per ricavare dei risultati dovrai trasferire alla tua lista di clienti e potenziali tali un valore non solo quantitativo ma qualitativo, traducendo i dati in azioni e impostando dei sistemi di "allerta" nel caso qualcosa nei processi smetta di funzionare. Con questo libro ti racconto come individuare all'interno di database aziendali di piccole e medie

imprese ed e-commerce i contatti più interessanti e i clienti più fedeli. Ti propongo alcune soluzioni di CRM, concentrandomi più sull'approccio di marketing, ossia sul vantaggio competitivo che ti consentirà di ottenere il massimo dalla tua attività commerciale.

Search engine marketing.

Strategie e strumenti per fare business nel Web 2.0 -

Emiliano Carlucci 2010

Social Media Marketing -

Guido Di Fraia

2015-08-10T00:00:00+02:00

Dopo il successo del loro primo libro, il gruppo di professionisti e docenti del Master in Social Media Marketing & Web Communication dello IULM, diretto da Guido Di Fraia, si è di nuovo riunito per dare vita a questa guida al marketing aziendale, totalmente nuova. Se il precedente volume ha rappresentato il primo manuale sull'uso dei social media per attività di marketing e comunicazione prodotto in Italia, questo nuovo lavoro è uno strumento, allo stesso

tempo, più approfondito a livello teorico e più ricco di consigli pratici e indicazioni operative. Suo scopo è quello di mettere le aziende di ogni dimensione e tipologia in grado di tradurre in azioni pratiche il know-how distillato dagli autori. Per favorire l'immediato trasferimento dei contenuti alle diverse situazioni aziendali, il volume è diviso in due parti. La prima è incentrata su temi di carattere più trasversale, quali

la progettazione e la pianificazione del piano strategico, la produzione dei contenuti e il digital storytelling aziendale. La seconda, più operativa, descrive invece come realizzare concretamente attività di digital e social media marketing per PMI e grandi realtà aziendali, sia nel Business to Business (B2B) sia nel Business to Consumer (B2C).