

La Pubblicità Su Facebook Solo I Numeri Che Contano

1060.231

Le aziende hanno scoperto la potenza della Rete e dei social media per promuovere prodotti e servizi, costruire e rinforzare l'immagine di Marca, instaurare relazioni e fidelizzare i clienti. Tuttavia, se non si presta attenzione alle regolamentazioni, i social media possono rivelarsi affilate armi a doppio taglio ed esporre le aziende a (costosi) danni legali. I fronti su cui l'attenzione deve essere alta sono tanti: dai problemi relativi alla privacy, agli user generated content; dalla moderazione dei commenti, all'utilizzabilità da parte del datore di lavoro dei dati condivisi nei social media; dalle regole del diritto dell'informazione per il giornalismo digitale, all'uso di utenti e blogger come testimonial di prodotti o servizi, fino all'organizzazione di concorsi a premi. Questa guida tratteggia il quadro della complicata situazione legislativa, ma soprattutto focalizza l'attenzione sulle strategie, le soluzioni, le precauzioni da attuare per proteggere il business, utilizzando la consapevolezza delle norme come vero e proprio vantaggio competitivo.

Stai scrivendo un libro? O magari lo hai già scritto e vorresti farlo arrivare ai lettori? E se diventassi tu l'editore del tuo libro? L'autoeditoria (self-publishing) è un modello editoriale in cui la figura dell'autore e quella dell'editore coincidono. L'autoeditore (self-publisher), infatti, gestisce tutte le fasi di realizzazione di un prodotto editoriale dalla sua ideazione iniziale fino alla sua promozione nel mercato, anche attraverso la collaborazione con professionisti del settore. Per questo motivo il mestiere dell'autoeditore racchiude in sé tre ruoli: autore, editore e imprenditore. Se stai pensando di diventare un autoeditore, se lo sei già, ma sai di avere ancora

Online Library La Pubblicità Su Facebook Solo I Numeri Che Contano

qualcosa da imparare (perché c'è sempre qualcosa da imparare), o se semplicemente, anche solo per curiosità, vuoi conoscere questo mestiere, questo è il libro che fa per te. -- Ulteriori informazioni su "Self-publishing lab. Il mestiere dell'autoeditore" -- Oltre a introdurre il concetto di autoeditoria e autoeditore, questo libro ti guiderà attraverso tutte le fasi di lavoro svolte dai tre ruoli di questo mestiere, affinché la tua idea diventi un libro che può raggiungere i tuoi lettori target. Autore, che si occupa della creazione del manoscritto: - ideazione del prodotto editoriale (genere, argomento, dimensioni); - programmazione dell'attività di scrittore sul breve e lungo termine; - scelta degli strumenti per scrivere; - preparazione alla scrittura; - organizzazione del tempo da dedicare alla scrittura; - ricerca dell'ispirazione; - miglioramento dell'arte e della tecnica; - scrittura; - pre-promozione e attività pre-editoriali; - finanziamento del progetto; - gestione delle critiche. Editore, che gestisce la trasformazione del manoscritto in prodotto editoriale: - selezione dei collaboratori; - revisione del manoscritto; - preparazione degli altri contenuti testuali del libro; - formattazione del testo; - realizzazione della copertina; - descrizione del libro; - individuazione dei generi e dei sottogeneri; - creazione dell'ebook; - selezione e utilizzo delle piattaforme di pubblicazione e distribuzione (Kindle Direct Publishing, Kobo Writing Life, centro partner di Google Play Libri, Apple Books, aggregatori nazionali e internazionali); - determinazione del prezzo del libro; - creazione dell'edizione cartacea; - creazione dell'audiolibro; - traduzione in altre lingue; - altre informazioni utili (ISBN, protezione del diritto d'autore, aspetti fiscali); - approfondimento su Amazon. Imprenditore, che consente al prodotto editoriale di giungere ai lettori: - definizione del brand come autore; - pre-promozione, fidelizzazione e passaparola; - lancio del libro; - scrittura e diffusione di un

Online Library La Pubblicità Su Facebook Solo I Numeri Che Contano

comunicato stampa; - richieste di recensioni su blog e testate giornalistiche; - realizzazione di booktrailer, podiobook, presentazioni video; - sfruttamento di strumenti promozionali (blog tour, guest post, articoli su web magazine, ebook gratuiti, podcast, blog, video blog e tanto altro); - sfruttamento dei social network a scopo promozionale (Facebook, Twitter, Goodreads e tutti gli altri); - sfruttamento degli eventi offline (presentazioni, conferenze, fiere); - strategie di pubblicazione (libri autoconclusivi, romanzi a puntate, serie, serial, cicli, frequenza di pubblicazione); - strategie per campagne pubblicitarie su Facebook; - informazioni sul funzionamento di Amazon Advertising. Inoltre, ti illustrerò le interazioni esistenti tra l'autoeditoria e l'editoria tradizionale (cessione di alcuni diritti, autori ibridi), fornendoti gli elementi necessari per valutare una proposta di pubblicazione. Questo libro è rivolto agli autori che scrivono i propri libri, quindi senza avvalersi di ghostwriter. Il contenuto di questo libro è aggiornato al luglio 2021.

Il mondo delle reti sociali è in costante espansione. A Facebook con il suo miliardo e seicento milioni di utenti, si affiancano realtà del calibro di Twitter, YouTube, LinkedIn, Instagram, Snapchat. Insomma, persone e consumatori sono online, spesso proprio per parlare di servizi e prodotti, e il lavoro dei professionisti del marketing e della comunicazione è sempre più difficile. Aziende piccole e grandi devono affrontare la sfida, ma come farlo nel modo giusto? Questo manuale fornisce sia le basi per orientarsi, sia dei consigli pratici per cominciare a lavorare in modo professionale con il social media - o i social media - più adatto al proprio obiettivo. Il lettore viene guidato nella creazione di una strategia di marketing, ragionando sulla scelta e l'utilizzo degli strumenti adeguati allo scopo. Quindi sono introdotte nozioni per avvicinarsi alle campagne di advertising ed è presentata una metrica per la misurazione dei risultati, prima di concludere

Online Library La Pubblicità Su Facebook Solo I Numeri Che Contano

con consigli utili a gestire eventuali crisi di comunicazione. Aiuta la tua azienda a crescere con la nuova edizione di questo classico del business! Le nuove regole del marketing e delle PR, il libro di marketing più letto al mondo, è stato completamente aggiornato, per restare il miglior testo su marketing e PR ancora per anni! Imparate a usare i nuovi strumenti e le tecniche più innovative per comunicare direttamente in tempo reale con i vostri clienti, migliorare la vostra visibilità online e aumentare le vendite. Questo libro, unico nel suo genere, è pensato per offrire a professionisti, imprenditori, proprietari di aziende e docenti di marketing una serie di strategie spiegate in modo pratico, che possono essere adottate fin da subito. In questa nuova edizione David Meerman Scott presenta una serie di nuovi esempi di casi di successo ottenuti da aziende di tutto il mondo, fornisce informazioni aggiornate su tecniche come l'inbound marketing e il content marketing, e propone le ultime novità su social network come YouTube, Twitter, Facebook, Instagram, Snapchat e LinkedIn. Le nuove regole del marketing e delle PR è la guida ideale per chi desidera portare l'attenzione dei clienti sui propri prodotti, servizi o idee a un costo enormemente inferiore rispetto ai tradizionali programmi di marketing.

È il 1993 quando due amici di Rick Smith restano uccisi in uno scontro a fuoco dopo una banale discussione in un parcheggio. Questo episodio doloroso porta l'autore a riflettere sulla cultura della violenza e delle armi negli Stati Uniti. Così, nel garage della sua casa di Tucson in Arizona, Smith scopre l'esistenza di una tecnologia inventata nel 1967 dallo scienziato Jack Cover, e mai commercializzata: è il prototipo del Taser, la prima pistola elettrica della storia. Smith raccoglie quella scommessa incompiuta e, passo dopo passo, alimenta la sua missione fino a creare Axon, società leader globale delle tecnologie per le forze dell'ordine. Oggi il

Online Library La Pubblicità Su Facebook Solo I Numeri Che Contano

Taser viene prodotto e distribuito in 107 paesi. In queste pagine l'autore ripercorre la storia delle armi e della guerra, passa in rassegna le ultime tecnologie di controllo di massa, i sistemi di sorveglianza e le intelligenze artificiali. Racconta la sua storia e la visione di un mondo più sicuro e meno violento, dove metodi alternativi e meno letali sono così efficaci da rendere inutili e obsolete le armi da fuoco.

Nell'attuale impasse che caratterizza i dibattiti su aggressività e brutalità della polizia, Smith propone un chiaro piano d'azione. Acuto e controverso, "Arma non letale" è un libro che costringe a riconsiderare il mondo violento in cui viviamo e a immaginarne uno più mite oltre il nostro immediato orizzonte.

Rappresentare con verità storica, anche scomoda ai potenti di turno, la realtà contemporanea, rapportandola al passato e proiettandola al futuro. Per non reiterare vecchi errori. Perché la massa dimentica o non conosce. Denuncio i difetti e caldeggio i pregi italiani. Perché non abbiamo orgoglio e dignità per migliorarci e perché non sappiamo apprezzare, tutelare e promuovere quello che abbiamo ereditato dai nostri avi. Insomma, siamo bravi a farci del male e qualcuno deve pur essere diverso!

Ti svegli una mattina e ti trovi in un mondo in cui tutti la pensano come te. Tutti hanno le tue stesse idee politiche, le tue convinzioni religiose, i tuoi gusti culinari. Nessuna discussione con chi la pensa diversamente.

Benvenuto nell'era della personalizzazione. Nel dicembre 2009 Google ha cominciato ad alterare i risultati delle ricerche a seconda delle abitudini dei suoi utenti. La corsa a raccogliere la maggior quantità possibile di dati personali su cui customizzare la nostra esperienza online è diventata una guerra che i giganti di

Online Library La Pubblicità Su Facebook Solo I Numeri Che Contano

internet – Google, Facebook, Apple e Microsoft – stanno combattendo senza tregua. Dietro le quinte, una schiera sempre più folta di società di raccolta dati sta mappando le nostre informazioni personali, dalle preferenze politiche al paio di scarpe che abbiamo adocchiato online, per venderle agli inserzionisti. Il risultato: ognuno vive la propria vita in un mondo fatto a misura di marketing che finisce per diventare costrittivo, ciò che Eli Pariser chiama la «bolla dei filtri». Un'isola di sole notizie gradevoli, attinenti ai nostri interessi e conformi alle nostre convinzioni, che lascia sempre meno spazio a punti di vista diversi e a incontri inaspettati, limita la scoperta di fonti di creatività e innovazione, e restringe il libero scambio delle idee. Un'invisibile e inquietante rivoluzione che distorce il nostro modo di apprendere, conoscere e informarci, fino a stravolgere la formazione dell'opinione pubblica e il funzionamento della democrazia. Fra cyberscettici e cyberottimisti, Il Filtro ci spiega come internet, sotto la pressione delle esigenze di monetizzazione dei colossi web, si sta avvitando su di sé. Sbircia nei segreti di server farm, algoritmi, imprenditori fanatici e analisti della guerra dell'informazione; indaga le conseguenze dello strapotere delle corporation nell'era digitale; infine, indica nuove strade che permettano alla Rete di mantenere le sue promesse libertarie di cambiamento. Se c'è una cosa che abbiamo sempre, letteralmente, sotto il naso, è lo smartphone. Ed è normale credere, dunque, che sappiamo cosa sia. Ma è davvero così? Per scoprirlo, 11 antropologi hanno trascorso 16 mesi in varie comunità in Africa, Asia, Europa e Sud America per

Online Library La Pubblicità Su Facebook Solo I Numeri Che Contano

osservare il modo in cui gli anziani utilizzano lo smartphone, e la loro ricerca ha rivelato che si tratta di una tecnologia rivolta a tutti, non solo ai giovani. Lo smartphone globale presenta i risultati frutto di questo progetto di ricerca comparativa di respiro globale. Gli smartphone sono diventati tanto un luogo in cui viviamo, quanto un dispositivo di 'opportunità perpetuo' da cui non ci separiamo mai. Gli autori hanno dimostrato che lo smartphone è molto più di un 'contenitore di app', concentrandosi sulle differenze tra ciò che le persone dicono sugli smartphone e il modo in cui li usano. Nessun dispositivo aveva mai raggiunto un tale livello di 'trasformabilità' – trasformabilità che si concretizza nella capacità di assimilare rapidamente i nostri valori personali. Per poterlo comprendere, dunque, dobbiamo tener presente un'ampia gamma di sfumature nazionali e culturali, quali la comunicazione visiva in Cina e Giappone, i trasferimenti di denaro sotto forma di credito telefonico in Camerun e in Uganda, e l'accesso a informazioni mediche in Cina e Irlanda, oltre alle diverse traiettorie della terza età ad Al Quds, in Brasile e in Italia. Solo allora potremo sapere davvero cos'è uno smartphone e capire appieno l'impatto che ha sulla vita delle persone in tutto il mondo.

LinkedIn è il social network creato per mettere a frutto le relazioni professionali in un ambiente online pensato per il business. Il lavoro dei vostri sogni o un avanzamento di carriera sono più vicini grazie alle opportunità offerte dalla gestione avanzata delle relazioni nascoste nella vostra rubrica di contatti. A renderle visibili e produttive sono gli strumenti di LinkedIn: dal Profilo personale alla

Online Library La Pubblicità Su Facebook Solo I Numeri Che Contano

Pagina aziendale, dai Gruppi agli Eventi. In un mercato globale e competitivo, LinkedIn è la piattaforma in cui pubblicare il vostro profilo professionale, farvi trovare da chi cerca le vostre competenze o individuare facilmente il candidato ideale per coprire una posizione nella vostra azienda. Sia per chi lo offre sia per chi lo cerca, LinkedIn è ormai un vero riferimento nel mercato del lavoro, con 4 milioni di Italiani attivi e oltre 170 milioni di utenti nel mondo. Laureati in cerca di una prima occupazione stimolante, professionisti con una carriera già avviata, imprenditori alla ricerca di partner, selezionatori di personale: i benefici nell'uso di LinkedIn sono trasversali e strategici, utili ad acquisire un reale vantaggio competitivo sul mercato, per un vasto pubblico di utenti. Se non avete ancora un profilo su LinkedIn o se pensate che potreste usarlo più a fondo per il vostro business, questo è il libro per voi.

Per oltre due miliardi di persone, la vita prima di Facebook sembra inimmaginabile e la sezione News Feed (Notizie nel sito italiano) è la prima cosa a cui accedono di primo mattino, le lenti attraverso cui guardano al nuovo giorno: dalle informazioni dei media ai post degli amici e delle celebrità, dai video alle offerte dei negozi locali, fino alla pubblicità. Facebook è senza dubbio un'azienda rivoluzionaria, un potente mezzo per connettersi al resto del mondo, ma la sua nascita non era affatto scontata e la sua venuta è stata il frutto di una straordinaria visione e di una altrettanto straordinaria determinazione. Quando Mark Zuckerberg e i suoi amici di Harvard hanno creato un social network per gli studenti del college, l'esperienza si sarebbe potuta

Online Library La Pubblicità Su Facebook Solo I Numeri Che Contano

fermare lì. Quando Google ha creato la sua piattaforma social, Facebook avrebbe potuto cedere terreno e scomparire. Quando Facebook si è quotata in borsa nel 2012 con risultati deludenti si sarebbe potuta rapidamente dissolvere nell'oscurità. Eppure ogni volta, Zuckerberg e il suo team hanno saputo affrontare gli ostacoli e rendere l'azienda ancora più forte, più duratura e più importante per la vita delle persone. Questo libro racconta la storia delle dure battaglie che Facebook ha dovuto affrontare per raggiungere il suo enorme successo, narrata da un insider che ha svolto un ruolo chiave negli anni della competizione feroce, dei passi falsi e del rilancio. Mike Hoefflinger, veterano della Silicon Valley, ha lavorato fianco a fianco con Sheryl Sandberg (Chief Operating Officer) trasformandosi da ingegnere a innovatore delle strategie di marketing. In queste pagine riporta quell'esperienza, identifica le dieci sfide al cambiamento e quanto da quelle sfide ha appreso, tra cui: come ha fatto Zuckerberg a capire che l'offerta di acquisizione per un miliardo di dollari da parte di Yahoo! nel 2006 fosse sottostimata quando Facebook era ancora un'azienda con un fatturato annuale di soli venti milioni di dollari; come Facebook ha reinventato un'iniziativa in gravi difficoltà come l'iniziale servizio di News Feed fino a farlo diventare uno strumento indispensabile per la vita quotidiana delle persone; cosa avvenne quando Facebook mise al centro del proprio business la North Star Metric coinvolgendo gli utenti; perché l'inserimento di messaggi pubblicitari nel News Feed creò un elemento di democratizzazione e portò il valore aziendale alle stelle; come gli smartphone hanno

Online Library La Pubblicità Su Facebook Solo I Numeri Che Contano

catapultato Facebook nella creazione di infrastrutture nel settore del software, dell'hardware, del networking, dell'edilizia e dell'energia; come la filosofia del 'rinnovare se stessi' ha spinto Facebook ad acquistare Instagram e WhatsApp sottraendo queste aziende a una competizione agguerrita. Diventare Facebook ci porta direttamente nelle sale riunioni e nei caffè di Menlo Park per descrivere i protagonisti: i visionari, i guru tecnologici e i maghi del marketing tra cui Chris Cox (Chief Product Officer), Lori Goler (People Vice President), Mike Schroepfer (Chief Technology Officer) nonché Sandberg e Zuckerberg stesso. Racconto di formazione e, allo stesso tempo, emblematico caso di studio, Diventare Facebook, in una sorta di flashback, getta uno sguardo alle persone, ai prodotti, alle decisioni aziendali e ai salti tecnologici che hanno spinto il Social Network verso la grandezza e offre spunti che lasciano intravedere la direzione che l'azienda prenderà in futuro, per continuare a mettere in connessione il mondo.

Con un miliardo e seicento milioni di utenti, Facebook è il social network per eccellenza e l'ambiente digitale perfetto per trovare il proprio pubblico. Le potenzialità in termini di business e promozione sono notevoli, ma sfruttarle al meglio non è facile né immediato. Questo manuale mostra i passi e gli strumenti necessari per pianificare campagne di valore, calibrando i costi e ottimizzando i risultati. Nulla è lasciato al caso: dopo aver appreso le caratteristiche della "pubblicità ai tempi di Facebook" e aver capito l'importanza di una buona strategia, il lettore viene accompagnato nella segmentazione del pubblico, nella definizione degli

Online Library La Pubblicità Su Facebook Solo I Numeri Che Contano

obiettivi, nella scelta del formato dell'inserzione e nel suo posizionamento, nel calcolo del budget e nel monitoraggio dei risultati. Tutto questo senza dimenticare Instagram, che di Facebook è parte integrante dal punto di vista pubblicitario. In conclusione non manca un'introduzione alle piattaforme di advertising di Twitter, LinkedIn e YouTube, che in alcuni casi possono essere validi strumenti collaterali alle campagne su Facebook.

Pedagogia dei nativi digitali vuole rappresentare una piccola guida per genitori ed educatori per approfondire la relazione internet-ragazzi. Il rapporto importante che internet non può costruire da solo è quello basato sulla fiducia con il ragazzo. In questo modo il ragazzo riconoscerà anche i propri limiti e chiederà aiuto al genitore o all'adulto inteso come educatore o insegnante. In questo modo si potrà abituare il ragazzo ad imparare a gestire internet magari avendone l'accesso soltanto in sala da pranzo dove potrà consigliarsi con il genitore sui siti da consultare cercando di affinare il senso critico e il bisogno di sicurezza. I comportamenti a rischio, se i genitori fino ai 18 anni hanno le password del figlio, non dovrebbero esserci. E se il figlio non riconoscesse in alcun modo il pericolo sarà proprio l'adulto a vegliare su di lui con il suo permesso. Quindi fiducia, attenzione, curiosità, cultura e senso di appartenenza le basi per una proficua navigazione.

Noi siamo quello che altri hanno voluto che diventassimo. Facciamo in modo che diventiamo quello che noi avremmo (rafforzativo di saremmo) voluto

Online Library La Pubblicità Su Facebook Solo I Numeri Che Contano

diventare.

Connettersi velocemente con i motori di ricerca e setacciare i social network, privilegia l'efficienza e l'immediatezza di numerose informazioni utili per il settore clinico. Il cervello da web dei nativi digitali favorisce la decostruzione delle mitologie generando varie cyber dipendenze. La domanda del capitale sociale on-line richiede un posizionamento qualificato per la reperibilità delle migliori offerte per una customer satisfaction.

Solo un banner su due viene realmente visto e solo un utente su mille ci clicca. Perché il tradizionale modello del display advertising è in crisi di efficacia? Perché sempre più utenti bloccano la pubblicità? Perché se più della metà delle visite di un sito provengono da smartphone e tablet, i ricavi degli editori non seguono questa crescita? Come fa invece Facebook a generare due terzi dei propri profitti da mobile? Questo libro descrive la straordinaria rivoluzione in atto che sta trasformando l'advertising online in pubblicità "nativa", ovvero basata su contenuti rilevanti per l'utente e perfettamente integrata nel contesto editoriale.

Attraverso dati di mercato, best practice, casi di studio e interviste, il libro aiuta investitori pubblicitari, editori, agenzie e professionisti a comprendere come utilizzare al meglio questi nuovi formati pubblicitari (che nel 2018 raccoglieranno investimenti per 20 miliardi di dollari) per promuovere e monetizzare i contenuti online.

Il rapido sviluppo informatico e i progressi tecnologici hanno aggiunto una nuova dimensione ai rapporti interpersonali, dimensione in cui l'esperienza digitale è

Online Library La Pubblicità Su Facebook Solo I Numeri Che Contano

parte integrante della condivisione, dello stare insieme e, più in generale, del vivere sociale. La somma di tali esperienze fa in modo che, accanto all'immagine proiettata nel mondo reale, per ciascuno di noi si generi progressivamente un riflesso immateriale, costituito dalla somma di informazioni che ci riguardano e che sono conservate, in maniera virtualmente indelebile, all'interno del Digital Universe. Questa graduale e costante creazione parallela coinvolge adulti e ragazzi in un percorso che, sebbene con approcci ed esperienze differenti, conduce entrambi nel cosmo della "Social Family". Tramite un'approfondita analisi del rapporto tra nuove generazioni e nuove tecnologie, gli autori provano a fornire risposta a dubbi e domande che, sempre più spesso, accompagnano le generazioni meno giovani nell'approccio all'universo digitale e mostrano come, grazie a un giusto bilanciamento di prudenza, conoscenza e fiducia, sia possibile percorrere la strada digitale non solo evitando insidie e pericoli, ma cogliendo le nuove, incredibili opportunità che ci propone. Questo libro, dedicato ai professionisti del Web, insegna a guardare i siti con gli occhi dei motori di ricerca, svelandone i segreti. Il testo, aggiornato con le tecniche più recenti, parte dalle strategie per intervenire sul codice della singola pagina, per arrivare all'analisi della rete di relazioni che ne determina la popolarità, senza dimenticare l'impatto della diffusione dei social network sull'indicizzazione. Una guida pratica per scalare la SERP e gestire tutti i passaggi necessari a creare, perfezionare e promuovere un sito migliorandone il posizionamento negli indici dei motori di ricerca e

Online Library La Pubblicità Su Facebook Solo I Numeri Che Contano

garantendone la massima visibilità. Perché anche il sito migliore è completamente inutile, se nessuno riesce a trovarlo.- Panoramica sui principali motori di ricerca- Pagine web ai raggi X- Pianificazione delle azioni SEO- Ottimizzazione del codice- Importanza di link, social network e blog- Strumenti: dai sistemi di statistiche alle sitemap- Web Analytics: non fermarsi al SEO- Analisi dei risultati- Errori da evitare

Teamwork presenta l'edizione italiana di "The Llama is Inn", la quarta pubblicazione di Larry Mogelonsky. Si tratta di una raccolta di articoli pubblicati negli ultimi anni dall'autore sui temi più svariati relativi al marketing management alberghiero: dal branding al guest service, dal web marketing al Food&Beverage, il tutto corredato da utili esempi pratici e racconti di esperienze dirette. Una fotografia dettagliata del panorama alberghiero odierno, con tanti consigli e suggerimenti utili per ogni argomento trattato. Più che un manuale operativo, una fonte d'ispirazione continua per gli albergatori che vogliono aggiornarsi e guardare il mondo dell'ospitalità da molte angolazioni.

Il manuale che ti svela tutti i segreti per trovare sponsor in tempi di crisi Quante società sportive piene d'entusiasmo idee e progetti spesso si fermano o devono andare avanti con fatica nel tentativo di portare avanti le loro attività per mancanza di fondi o meglio di soldi? Trovare sponsor è un vero e proprio lavoro, dall'esito

Online Library La Pubblicità Su Facebook Solo I Numeri Che Contano

tutt'altro che scontato e non può essere lasciato a improvvisazioni. Ottenere risultati è l'unica cosa che conti. Ne va della vita stessa del progetto. Lo scopo di questo libro – che nasce dall'esperienza sul campo di uno sportivo di successo e di un comunicatore con esperienza ventennale – è quello di fornirti un aiuto concreto perché tu raggiunga i tuoi obiettivi economici legati agli introiti da sponsorizzazione. Con parole semplici e uno stile scorrevole e diretto, avrai a disposizione tutta una serie di strumenti efficaci, che miglioreranno in modo esponenziale la tua capacità di proporti alle aziende e, di conseguenza, le tue possibilità di persuaderle a diventare tue sponsor: dalla ricerca specifica dei contatti, alla promozione su Facebook, dal mantenimento degli sponsor precedenti, alle tecniche di email marketing.

La pubblicità su LinkedIn è ancora un territorio poco battuto, perché circondato da molti pregiudizi da parte dei non addetti ai lavori. Spesso, infatti, si è portati a credere che sia troppo costoso o dia pochi risultati. L'obiettivo di questa guida pratica è quello di smentire queste opinioni, mostrando invece come fare advertising sul social network professionale più importante per il tuo business. Nel libro "La pubblicità su LinkedIn", a metà strada tra un manuale operativo e una trattazione strategica, l'autore ti guiderà passo dopo passo nella progettazione ed esecuzione della tua prima

Online Library La Pubblicità Su Facebook Solo I Numeri Che Contano

campagna di LinkedIn Ads o, se hai già cominciato a usare questo strumento, ti aiuterà a migliorarne i risultati. L'approccio proposto è di tipo olistico e inserisce la singola campagna in una strategia multi-campagna più ampia, volta a far percorrere al tuo potenziale cliente tutti gli stadi del funnel di vendita. In poco tempo riuscirai, così, a incrementare il tuo ritorno sull'investimento iniziale.

La pubblicità su Facebook. Solo i numeri che contano
La pubblicità su Facebook Solo i numeri che contano
HOEPLI EDITORE

Facebook è una delle società che registra la più alta crescita annuale e continua ad avvicinare persone di ogni età, sesso, nazionalità e cultura. In pochi anni è passata dai corridoi di Harvard a 500 milioni di utenti in tutto il mondo. L'esperto di tecnologia David Kirkpatrick, per molti anni senior editor di Fortune, ha ricevuto le chiavi d'accesso per entrare nel regno di Facebook e ne ha descritto così la sensazionale ascesa e il segreto del suo successo. Grazie alla piena collaborazione dei principali dirigenti del social network più famoso al mondo, Kirkpatrick ha potuto scrivere l'affascinante storia di Facebook e del suo impatto sulle nostre vite svelandoci la verità su come Facebook è stato creato, il perché della sua popolarità nel panorama mondiale e un'anticipazione sulle prospettive future.

Ripercorrendo la storia della piattaforma, i suoi successi e i retroscena, l'autore offre non solo una

Online Library La Pubblicità Su Facebook Solo I Numeri Che Contano

sintesi privilegiata e unica dell'evoluzione di Facebook, ma anche un minuzioso e personale ritratto del fondatore Mark Zuckerberg. Come ha fatto uno studente di diciannove anni a rivoluzionare il modo di comunicare di milioni di persone? A cosa è dovuta la rapida crescita del social network? Dagli inizi ad Harvard a Palo Alto, la crescita, le cadute e l'evoluzione del portale più popolare del mondo. Il problema della privacy dell'utente, la trasformazione in azienda e le aspettative future, è tutto raccolto nelle pagine del volume che ha già conquistato i lettori americani. La storia vera della piattaforma che sta connettendo il mondo. David Kirkpatrick è stato per molti anni senior editor in ambito Internet&Tech di Fortune e ha scritto di Apple, IBM, Intel, Microsoft, Sun e di numerose altre importanti realtà legate al mondo della tecnologia. Nel 2001 ha creato il ciclo di conferenze Fortune Brainstorm. Più recentemente, ha organizzato la conferenza Techonomy sulla centralità dell'innovazione tecnologica per tutte le attività umane. È membro del Council on Foreign Relations e partecipa spesso negli USA a trasmissioni televisive, radio e internet, come esperto in ambito tecnologico.

Sempre più brand investono in Facebook e Instagram Ads, ma in pochi ancora sanno farlo in modo efficace e sono consapevoli di quanto questa piattaforma pubblicitaria possa essere un valido alleato non solo per avere visibilità, ma anche per

Online Library La Pubblicità Su Facebook Solo I Numeri Che Contano

acquisire contatti e clienti. In questo libro, adeguato agli ultimi aggiornamenti dei due social, troverai una serie di strategie e consigli, dai più basilari ai più avanzati, che potrai immediatamente mettere in pratica nella tua realtà. Se vuoi rendere Facebook e Instagram, i due social media più utilizzati al mondo, delle vere risorse per il tuo business, questo libro non può mancare nel tuo scaffale.

Se hai intenzione di realizzare un eCommerce e di portare il tuo business online non puoi non leggere *Sell or Not*. Importanti nozioni per approdare online con il giusto atteggiamento, le giuste competenze e conoscenze ed alcune indicazioni esperienziali importanti per evitare che il tuo progetto fallisca ed i tuoi investimenti economici vadano in fumo. Vendere online è un obiettivo che molti si pongono ma che in pochi riescono a raggiungere e cogliere. Sviluppare un eCommerce non è l'elemento importante per vendere online ma lo è creare una Brand reputation forte, costruire un autorevolezza online ed un pubblico intorno ai tuoi prodotti o servizi.

Die meisten Sprachkurse werben heute mit schnellem Lernerfolg. Jedoch halten sie nur selten, was sie versprechen, und stellen sich letztlich als wenig nachhaltig heraus. Dem entgegen führt dieses Lehrwerk didaktisch umsichtig an die italienische Wirtschaftssprache heran. Dabei kommen neben den Lektionen zum notwendigen Fachvokabular auch die Themen nicht zu kurz, die einen Einblick in

Online Library La Pubblicità Su Facebook Solo I Numeri Che Contano

die italienische Wirtschaftswelt erlauben."

Se il vostro obiettivo è realizzare contatti e vendite, in qualunque settore operate, allora i risultati si misurano in conversioni e profitti! Per la prima volta un libro spiega come usare Facebook Ads, concentrandosi unicamente sui risultati reali, tangibili e misurabili, prodotti grazie alle campagne pubblicitarie a pagamento. Vendite, lead, prospect, fatturati, sono il vero obiettivo di qualunque azienda e professionista. Questo volume non è una semplice guida all'uso delle inserzioni su Facebook, ma un vero manuale di web marketing strategico ricco di idee, esempi, test e casi studio. Questo libro vi aiuterà: a capire come la pubblicità su Facebook si integri in un piano di marketing complesso, quali specifici ruoli svolga e come, in sinergia con gli altri strumenti di web marketing, persegua l'unico obiettivo realmente importante: il profitto. Ad apprendere passo dopo passo le dinamiche del sistema pubblicitario di Facebook, affinché possiate creare le vostre prime campagne pubblicitarie in maniera autonoma e promuovere la vostra attività, ottenendo da subito risultati concreti.

[Copyright: 8a312d3ead0169f5f021c908fb80859f](https://www.facebook.com/8a312d3ead0169f5f021c908fb80859f)