

Come Scrivere Comunicati Stampa Efficaci

Con questo Manuale imparerete a esercitare in modo professionale l’attività di scrittore. Il limite della maggior parte degli scrittori emergenti, è quella di non saper correttamente gestire le varie fasi del processo di pubblicazione, che prevede alcuni fondamentali steep che vanno curati e approntati seguendo determinate metodologie. In questa Guida scoprirete quali sono queste metodologie e conoscerete parecchi trucchi e segreti sperimentati con successo non solo dall’autore di questo Manuale ma anche da tantissimi altri scrittori emergenti. L’autore spazia nel vasto panorama dell’editoria tradizionale e digitale, dispensando consigli preziosi per chi desidera avviare un progetto di pubblicazione. Ecco solo alcuni dei temi trattati in questo Manuale dedicato alla professione di scrittore.
1. Come scegliere gli editori con cui pubblicare
2. Come risparmiare energie e risorse economiche
3. Come scrivere una lettera di presentazione agli editori per presentare il vostro libro
4. Come scrivere una Sinossi di presentazione efficace
5. Come scrivere un Curriculum vitae da presentare agli editori
6. Come regolarsi con il deposito legale obbligatorio delle nuove pubblicazioni
7. Come proteggere la propria opera (diritti d’autore e protezione delle opere dell’ingegno)
8. Come scrivere un romanzo o un racconto
9. Quali sono i ferri del mestiere dello scrittore
10. Come scegliere un posto ideale dove scrivere
11. Come realizzare una copertina da urlo del tuo libro
12. Come produrre un book trailer per far conoscere il tuo libro
13. Come scrivere un Comunicato stampa da diffondere online
14. Come impostare una trama per un racconto o un romanzo
15. Quali azioni di marketing sono necessarie per vendere
16. Come impaginare correttamente libri e opuscoli
17. Quali software utilizzare per creare l’ebook
18. Come validare e convertire un epub
19. Come inserire il libro negli Store online
20. Come sviluppare la trama di un romanzo
21. Codici ISBN e loro normativa
22. Cos’è l’incipit
23. La documentazione nel racconto e nel romanzo
24. Il personaggio del libro
25. Ispirazione e creatività …e tanto altro.

Trentadue capitoli pieni zeppi di consigli e segreti per imparare la professione di scrittore. Una Guida indispensabile per chi non sa da dove cominciare il processo di creazione e pubblicazione del proprio libro.

Un vero e proprio manuale che spiega come gestire da soli un ufficio stampa, con a disposizione un data base di Radio Tv e Giornali (regionali e nazionali). L’idea di creare un servizio che rende più facile per le agenzie, gli addetti stampa e le aziende. La distribuzione dei comunicati stampa ai media italiani mi è venuta perché da addetto stampa “ero stufo di trovarmi sempre le solite problematiche”. Sogna un sistema che consente di creare comunicati stampa 2.0, ricchi di foto, link, audio e video, con la possibilità di inviarti ai media interessati in un formato corretto e con un solo click e “dato che non esisteva niente del genere in giro l’ho creato ” ci dice Antonio Cospito, fondatore della startup Area Stampa 360 che a sede a Milano. Sito: www.areastampa360.eu

Negli ultimi vent’anni il turismo ha vissuto una profonda trasformazione in quasi tutti i suoi ambiti. Agenzie di viaggio, tour operator, strutture ricettive, destinazioni e food & wine si sono trovati a dover competere con nuovi scenari. Se in apparenza il digitale sembra aver cannibalizzato il mercato turistico, nella sostanza rappresenta una vera opportunità per tutti gli operatori del settore. Serve allora un nuovo approccio e un cambio di prospettiva per cogliere le occasioni di crescita. L’obiettivo è quello di mostrarti gli strumenti di digital marketing e le accortezze da usare per diventare protagonista del settore. Per troverai numerosi consigli degli esperti del settore turistico e le storie di player di successo come Expedia, TripAdvisor, TheFork, Civitatis, Pitchup, Evaneos e Alidays e di destinazioni come Massachusetts (Stati Uniti), Norvegia e Irlanda. Sei un agente di viaggio bisognoso di una guida per riconvertire il tuo business dall’analogico al digitale? Sei un operatore dell’ospitalità che si trova a destreggiarsi tra OTA e disintermediazione? O ancora un addetto al settore enogastronomico desideroso di “essere trovato” in Internet o un manager che deve attrarre turisti e viaggiatori per incrementare la visibilità e la reputazione di destinazioni nuove o già consolidate? Queste pagine sono state scritte esattamente per te!

Hai bisogno di un corso di otto settimane per insegnare la scrittura d’approfondimento? O per scrivere le notizie? Questo libro si occupa di qualsiasi cosa tu abbia bisogno per diventare uno scrittore di notizie di approfondimento di successo. Se hai degli studenti che vogliono esplorare la scrittura di approfondimento per poter migliorare le loro ricerche e le abilità nella scirttura, allora questo è il libro che fa per te. Se persegui l’obiettivo del giornalismo su carta incentrato sulla comunicazione dei principali mezzi allora troverai questo corso valido.

che cosa pensano le tute nere

Advanced Web Marketing per risultati sorprendenti Corso avanzato di Web Marketing - Con Licenza MRR e Diritti di rivendita

La farmacia online

Report speciale sulle creazioni di prodotti a marchio privato, con consigli utili anche per altri progetti di editoria digitale e tradizionale

Media Relations. Il Metodo Americano

Manuale per le organizzazioni non profit

Insegnare a Scrivere per i Media - Corso di Otto Settimane

Dovete realizzare un intero sito web? Pubblicare la pagina Facebook della vostra azienda? Scrivere un annuncio pubblicitario per Google AdWords? Sapete che è importante. Ne va della vostra immagine. Magari ci sono in gioco anche un bel po’ di soldi. Ma non siete dei copywriter professionisti. Da dove iniziare? Proprio da qui. Michael Miller, guiderà nell’impresa, anche se non vi ci siete mai cimentati prima. Dimenticate i tempi della scuola: anche se pensate di non saper scrivere, in questo libro troverete tutti i trucchi e i suggerimenti professionali sul web copywriting. Scrivere per il Web vi aiuterà a identificare il tono giusto, a organizzare il messaggio, a usare link, ad apparire tr Ma soprattutto imparerete a conquistare i lettori in pochi secondi, perché è questo il tempo che avete a disposizione! Una guida dettagliata e professionale per scrivere: pagine web, articoli online, post di blog, aggiornamenti su social media, annunci pubblicitari, newsletter ed email promozionali, comunicati stampa online, contenuti compatibili SAGGIO (366 pagine) - TECNOLOGIA - 80 pillole di marketing per PMI, singoli sviluppatori e startupper. Questo e-book è rivolto a giovani startupper con grandi idee e pochi budget, a singoli sviluppatori molto tecnici e poco commerciali, a piccole aziende senza uffici marketing e dipendenti da agenzie esterne per le loro attività marketing, con giovani esperti di marketing impegnati sul mercato Mobile e a singoli professionisti alla ricerca di opportunità di business e lavorative in un mercato tecnologico in continua evoluzione. È un e-book ambizioso che contiene numerosi approfondimenti tematici, spunti di riflessione, suggerimenti pratici e regala 80 pillole marketing utili a definire le Applicazioni per dispositivi mobili. L'e-book è ricco di idee, consigli per alimentare e definire strategie marketing, approcci e metodologie operative e offre numerosi spunti per una riflessione più ampia su temi quali: innovazione tecnologica, realtà dei fatti e conservatorismo delle idee, cambiamenti cognitivi e comportamentali che danno forma allo sviluppo di nuove APP e creatività progettuale, fidelizzazione della clientela e strategie marketing, modelli di business e nuove progettualità, realtà del mercato delle APP e fonti di guadagno reali, bisogni da soddisfare e modalità per farlo conquistando fedeltà e fidelizzazione dei consumatori, costi e investimenti per lo sviluppo e opportunità di marketing comunicazionali e promozionali finalizzate a farsi trovare, notare e rendersi visibili, buone pratiche per la creazione di nuove APP e la loro gestione dopo la pubblicazione, miti e mitologie da sfatare, tempistiche e fasi di implementazione, scelte e decisioni da prendere a fronte di errori e di insuccessi. Dirigente d'azienda, filosofo e tecnico fondatore del progetto editoriale SoloTablet dedicato alle nuove tecnologie e ai loro effetti sulla vita individuale, sociale e professionale delle persone. Esperto di marketing, comunicazione e management, ha operato in ruoli manageriali e dirigenziali in aziende italiane e multinazionali. Focalizzato da sempre sull'innovazione ha implementato numerosi cambiamenti, ad incrementare l'efficacia dell'attività commerciale, il valore del capitale relazionale dell'azienda e la fidelizzazione della clientela attraverso l'utilizzo di tecnologie all'avanguardia e approcci innovativi. Giornalista e writer, communication manager e storyteller, autore di e-book, formatore e oratore in meeting, seminari e convegni. e ambienti collaborativi in rete e di strumenti di analisi delle reti social, abile networker, costruttore e gestore di comunità professionali e tematiche online.

Nello scenario di mercato attuale, caratterizzato da una congiuntura economica sfavorevole, non è più sufficiente tagliare i costi, ma è diventato fondamentale gestire al meglio le risorse disponibili, recuperando e riutilizzando tutto quello che è già presente in azienda, economizzando le spese, sfruttando l’innovazione e l’open source. Marketing d’avanguardia che punta su efficienza, bassi costi e grande appeal commerciale. Le oltre 50 tabelle subito utilizzabili permettono di ripensare strategicamente e in modo trasversale ogni strumento di marketing e comunicazione, producendo nuove idee che generano valore. Marketing low cost recupera anche gli scarti, ottenendo così il massimo degli investimenti, giocando sull’innovazione, risorsa chiave per ogni azienda. Marketing low cost mette in primo piano competenze, idee e strumenti operativi (anche non convenzionali) per promuovere in modo originale ed efficace i propri prodotti o servizi. Marketing low cost vuol dire ripensamento di ogni azione: dal carattere utilizzato per stampare il packaging al sito internet o ai sempre più importanti social media, fino al co-marketing per abbattere le spese di stampa e distribuzione. Marketing low cost si rivolge a piccole e medie imprese, imprenditori, start-up, responsabili commerciali, creativi e professionisti della comunicazione che troveranno casi di buone pratiche ed esempi di con Quarto libro dello scrittore e Consulente di Marketing Giuseppe Amico dedicato al mestiere di scrivere. In questo suo ultimo lavoro, l’autore propone ai lettori un itinerario editoriale facilmente applicabile da tutti che riguarda determinate tecniche di scrittura e alcuni trucchi per diventare scrittori professionisti. E non solo! Alcuni capitoli sono dedicati ai secondari del libro, cioè alla preparazione della Sinossi, della copertina, delle parti grafiche da utilizzare in rete e anche nelle campagne marketing esterne, ecc. Insomma, tutti quegli elementi comunque indispensabili per la creazione di un progetto editoriale professionale che poi sarà distribuito sul mercato. I consigli forniti in questo libro sono pensati per chi è un consulente di marketing e come Consulente di marketing dell’autore che dura ormai da più di un quarto di secolo, sia come redattore editoriale che come creativo e consulente. Giuseppe Amico raccoglie quelli che ritiene solo alcuni dei numerosissimi suggerimenti utili per la creazione di un serio progetto editoriale, gli stessi da lui utilizzati nel corso del suo lavoro e di uno scrittore. Li trasferisce nero su bianco senza alcuna riserva, con franchezza e sincerità e con il solo auspicio che tutti i lettori ne possano approfittare a loro vantaggio per entrare più facilmente e da vincenti nel mondo della scrittura cominciando così a lavorare online e offline nel meraviglioso mondo dell’editoria. Tra gli argomenti proposti: successo dedicato ai più piccoli Tecniche di scrittura per realizzare romanzi e saggi I preziosi consigli di uno scrittore famoso come Stephen King per creare e scrivere storie e romanzi di successo Tecniche di marketing editoriale per lanciare il tuo libro sul mercato editoriale Analisi dei servizi di alcune piattaforme editoriali presenti sulla rete, da utilizzare per creare epub 3 multimediali e audiolibri con audio e video Come si scrive un Curriculum efficace Guadagnare soldi aprendo gratuitamente una libreria online I vantaggi di scrivere un libro sulla tua professione o della tua vita professionale Come realizzare progetti editoriali in streaming audio e commercializzarli online Come sfruttare al massimo la tua competenza digitale traducendo i tuoi libri anche in altre lingue E tanto, tanto altro.

Le Migliori Strategie di Web Marketing!

Help line. Lavoro e formazione per rispondere alle richieste di aiuto telefonico

Creare e mantenere contatti di valore con i clienti

Comunicati Stampa su Internet. I Segreti per Diffondere Online le Tue News e Rendere Famosa la Tua Azienda. (Ebook Italiano - Anteprima Gratis)

Comunicazione low cost. Dal biglietto da visita al web

Come Triplicare la Tua Autorevolezza, Sviluppare il Tuo Brand, Scrivere un Libro, Uscire sui Giornali, Comunicare sui Social, Scalare il Tuo Business e Diventare il Numero1 della Tua Nicchia

Come usare news, blog, podcasting, marketing virale e media online per raggiungere i clienti

Al giorno d’oggi la rete offre proprio di tutto! Le risorse più impensabili sono davvero a disposizione di tutti. Un tempo era pura fantascienza il solo pensare che in un giorno imprecisato dell’ultima decade del XX secolo, avremmo potuto attingere così tante informazioni da sfruttare a nostro vantaggio. Internet ha cambiato la storia, il modo di vivere e di pensare della gente, la maniera di fare acquisti, di scambiare beni e servizi. L’era dei Social network ha stravolto le vite di ciascuno di noi rivoltandole come calzette e, gioco-forza, ciascuno ha dovuto adeguarsi a questo cambiamento epocale, pena rimanerne escluso. Come potremmo oggi rinunciare alle grandi occasioni offerte dalla rete? Le opportunità sono innumerevoli sia nel settore professionale che ludico. Internet serve per comunicare, lavorare, divertirsi, distrarsi e soprattutto per comunicare. Nel variegato panorama della rete del terzo Millennio anche l’editoria è cambiata profondamente. Ora chiunque può scrivere un libro e pubblicarlo e magari anche guadagnarci qualcosa. E non è nemmeno molto difficile visto che di spunti ne possiamo trarre tanti da ciò che ci offrono le numerose piattaforme che si occupano di editoria. Il self publishing ora la fa da padrone e l’editoria tradizionale ha subito un duro contraccolpo mietendo vittime sul campo. Alcuni grandi Best Seller dell’ultimo decennio hanno iniziato a vivere proprio grazie all’auto-pubblicazione; un esempio fra tutti: la celebre trilogia delle “sfumature di nero, di grigio e di rosso”. Qualcuno afferma che scrivere è ancora un mestiere serio e che non è possibile improvvisarsi scrittori. Questo è vero, ma fino ad un certo punto. Siamo infatti convinti che con un po’ di studio, di seria formazione e tanta curiosità chiunque potrebbe pubblicare un Best Seller da milioni di copie. Adesso le cose sono ulteriormente facilitate per tutti gli aspiranti scrittori perché esistono delle piattaforme online che forniscono tracce ben organizzate di quello che potrebbe essere l’argomento di un libro. Stiamo parlando dei prodotti a marchio privato, liberi da diritti e limitazioni particolari, che è possibile acquisire talvolta con pochi centesimi di euro e trasformarli in libri autentici belli e pronti per essere messi in vetrina e venduti agli avidi lettori della rete, sempre più alla ricerca di informazioni e di novità che li facciano crescere, formare e divertire. In questo libro parliamo di come trasformare un breve testo con diritti a marchio privato, in un libro vero e proprio capace di scalare le vette delle classifiche dei Best Seller e vendere in modo virale, decine di migliaia di copie in tutto il mondo. Se avrete la pazienza di seguirci in questo viaggio nel mondo dei prodotti a marchio privato, in America conosciuti con la sigla PLR (private label right), forse vi convincerete che anche voi, con poche battute di tastiera, un po’ di creatività e tanta voglia di fare centro, potrete scrivere il vostro libro senza spendere praticamente quasi nulla, eccettuato il vostro tempo.

Ce volume est né d’un partenariat scientifique italo-français qui a vu la participation de l’ISIT (Grande École de management et de communication interculturels) et de l’Università degli Studi di Milano, représentée par le département de Scienze della Mediazione Linguistica e di Studi Interculturali (SMELSI). Lancé en novembre 2017, ce projet de collaboration a eu pour objectif la mise en place d’activités scientifiques conjointes, définies sur la base des intérêts de recherche des deux institutions. Le premier résultat de notre collaboration a été représenté par l’organisation de deux journées d’études au croisement de deux domaines de compétences réciproques: l’analyse du discours et la traduction. La première journée a été consacrée à l’analyse de discours institutionnels et médiatiques et a eu lieu le 10 avril 2018 auprès du département SMELSI de Milan. La deuxième, centrée sur la traduction de ces genres de discours, s’est tenue le 25 mai 2018 à l’ISIT (Paris). Nous avons donc souhaité réunir les actes des deux journées d’études au sein de ce volume afin de mettre en lumière la richesse des productions discursives et traductionnelles qui voient le jour, à l’heure actuelle, dans les différents contextes institutionnels et médiatiques. Nous entendons encourager le dialogue entre différents spécialistes du langage afin de mettre en valeur les éléments de complémentarité et de différence qui existent entre l’analyse du discours et la traductologie. Nous espérons, ainsi, pouvoir contribuer à l’identification de nouvelles pistes de recherche interdisciplinaires’.

1796.290

1060.319

5 lezioni per imparare a scrivere – Segreti e Trucchi per creare, distribuire e guadagnare dalla vendita del tuo libro

I dieci comandamenti delle PR

Scrivere un Libro in formato digitale anche per Amazon Kindle

Marketing low cost

La comunicazione di pubblica utilità

Trucchi e Segreti per scrivere da professionisti

Professione Scrittore – Come scrivere e pubblicare un libro

“Oggi saper scrivere un libro di successo e di qualità sta diventando sempre più difficile. Le scelte sono molte e riguardano diversi campi, a partire dalla giusta nicchia di mercato fino al titolo coinvolgente. L'autore ha scritto un vero e proprio manuale pratico su come progettare e scrivere il tuo ebook, anche se non hai esperienza, anche se pensi che non sia fattibile.”
Giudizio: █████ I 50 SEGRETI PER CREARE UN EBOOK DI SUCCESSO Cos’è un Ebook e cosa lo differenzia dal classico libro cartaceo. Come sfruttare l’opportunità che Internet ti offre oggi di realizzare il tuo sogno nascosto: scrivere un Libro. Il codice segreto per scrivere un Ebook anche se non lo hai mai fatto. Come scrivere e pubblicare un Ebook a costo zero.
COME TROVARE L’IDEA VINCENTE E CONQUISTARE UNA TUA NICCHIA DI MERCATO Il segreto delle guide e degli infoprodotti: perché scrivere il classico “Come fare per…”. Ricerca di Mercato: come spiare i tuoi futuri Lettori per capire di cosa hanno bisogno. Come divenire un esperto su un determinato argomento in pochi mesi di studio.
COME SCRIVERE UN EBOOK ANCHE SE NON TI SENTI PORTATO ALLA SCRITTURA Come scovare su internet gli spunti necessari per il tuo Ebook. Come creare il Sommario dettagliato prima ancora di aver scritto la prima pagina. Come scrivere anche se non sai scrivere e non lo hai mai fatto prima d’ora.
LO STILE PER TRASMETTERE MOTIVAZIONE ED EMOZIONI AL LETTORE Come scrivere contenuti pratici e rendere il tuo Ebook più facile da leggere. Come essere più semplice possibile in modo da essere compreso da tutti. Come scrivere la tua prima Bozza attraverso le tue esperienze personali.
I SEGRETI PER MODIFICARE E RIORGANIZZARE IL TUO EBOOK Le tecniche migliori per modificare le parti che non ti convincono al 100%. Come completare la tua Bozza e trasformarla nell’Ebook Definitivo. Come scrivere un’introduzione che susciti l’interesse dei Lettori. Come creare una conclusione efficace e che spinga all’azione.
AUMENTARE IL VALORE E LA VENDIBILITA’ ONLINE DEL TUO EBOOK Come Aumentare il Valore del tuo Ebook e aumentare le vendite. Il Segreto del GRATIS: come guadagnare sfruttando informazioni gratuite. Il segreto delle e-Cover, per aumentare la tua professionalità. I migliori software per la creazione di Ebook professionali.
COME PUBBLICARE IL TUO EBOOK SU INTERNET Come pubblicare il tuo Ebook immediatamente con l’auto-pubblicazione. Come rendere il tuo Ebook visibile e farsi pagare in maniera automatizzata. Come creare la Consegna Automatica dell’Ebook dal tuo Sito Internet. Editore vs. Fai da Te: quale conviene di più?
COME POSIZIONARE IL TUO EBOOK (di Giacomo Bruno)
Keyword: come associare parole chiave e un argomento preciso a te stesso o al tuo prodotto.
First: l’importanza di arrivare primo nel posizionamento ed essere leader per sempre.
Nicchia: come trovare la tua "nicchia" nella quale specializzarti.
Naming: come scegliere il nome più adatto per il tuo prodotto.
Demo: cosa devi fare per dimostrare la tua competenza e autorevolezza nella nicchia in cui operi.
Web: l’importanza di sfruttare la visibilità che ti offre il web.
Focus: l’importanza di rimanere focalizzato e non fare estensioni di linea.

109.16

Trattare con i Media rappresenta una sfida unica in quanto i mezzi d’informazione hanno il controllo totale sulle notizie che gli vengono proposte, stabilendo se possano risultare d’interesse per la propria audience. I rapporti in corso tra un’Organizzazione e i Media risultano pertanto di vitale importanza affinché questa possa esprimere pienamente il proprio potenziale di narrazione. Questo volume rappresenta una guida operativa di riferimento per il professionista delle Relazioni Pubbliche che intenda approfondire e sviluppare le proprie conoscenze nella branca specifica dei rapporti con i Media, utilizzando gli strumenti più efficaci e prendendo in considerazione metodologie mirate ad un rapporto equilibrato e pro-attivo con i mezzi d’informazione. Oltre alla descrizione delle tecniche e degli strumenti tipici delle Relazioni con i Media, intese a partire dall’esperienza americana, a tutt’oggi la più avanzata a livello mondiale, il volume fornisce un’ampia trattazione degli effetti della comunicazione attraverso i media in merito alla gestione della reputazione attraverso tecniche avanzate di crisis e reputation management.

Programma di Professione Ghostwriter Come Costruirsi una Redditzia Attività da Freelance Trasformando in un Lavoro la Passione per la Scrittura COME PORRE LE BASI PER UN FUTURO DA GHOSTWRITER FREELANCE Quali sono le caratteristiche fondamentali per diventare un ghostwriter. Quali sono le diverse tipologie di testi di cui si occupa il ghostwriter. Come entrare nell’ottica del lavoro da freelance. I diversi step per avviare la propria carriera da freelance. COME INIZIARE A GUADAGNARE E DOVE SCRIVERE Come crearsi un portfolio convincente. Cosa sono i marketplace per freelance e come sfruttarli per guadagnare sin da subito. Come diventare collaboratori di un’agenzia di ghostwriting. Come crearsi dei guadagni automatici grazie agli ebook e ai programmi di affiliazione. COME SCRIVERE NELL’OMBRA L’importanza di stabilire uno schema contrattuale inequivocabile quando si acquisisce un nuovo cliente. Come tenere costantemente allenate le proprie doti scritte. I diversi stili scrittori da utilizzare per tutte le diverse tipologie di testi. COME FARSÌ TROVARE DAI CLIENTI Come costruirsi una web reputation per trovare e fidelizzare i clienti. Come utilizzare i social network per costruire e rafforzare la propria reputazione sul web. Come fare self marketing utilizzando in maniera efficace tutti gli strumenti a tua disposizione. Come incrementare le visite al tuo sito investendo in SEO e pubblicità. COME ORGANIZZARE IL LAVORO E METTERSÌ IN REGOLA Come fissare il proprio tariffario. Come ampliare il proprio business per moltiplicare i guadagni. Come gestire la propria situazione finanziaria da libero professionista.

Scrivere per il web

Guadagnare con gli e-book a marchio privato

Scriverne poche e bene per lavorare meglio

Come Comunicare Intelligentemente con i Mass Media e Influenzare l’Opinione Pubblica Padroneggiando i Meccanismi dell’Agenda Media

Fare Business con i blog

De l’analyse du discours à la traduction

Le nuove regole del marketing e delle PR

Comunicare il sindacato costituisce la più ù completa cassetta d’attrezzi disponibile nel panorama editoriale italiano. Una guida che costituisce un indispensabile strumento a disposizione del sindacalista al fine di integrare le capacità ù acquisite sul campo con una serie di consigli pratici su come migliorarle. Scrivere un volantino, un comunicato stampa, un’e-mail, impostare un manifesto, utilizzare dispositivi informatici, ascoltare attivamente, proporre uno stile comunicativo, intervenire in una riunione, partecipare a un negozio, parlare in pubblico: ecco i principali momenti in cui si articola la comunicazione sindacale. Per ognuno di questi momenti la presente Guida offre gli strumenti operativi necessari al fine di trasmettere i propri messaggi in maniera chiara, efficace e convincente.

Un manuale pensato e scritto per gli studenti e per i professionisti del settore non profit. Dopo una panoramica che esplora il profilo socio-culturale del mondo del non profit, il testo affronta le dimensioni della comunicazione del Terzo Settore. Da quelle più ù classiche come l’ufficio stampa e la comunicazione organizzativa a quelle emergenti come storytelling, fund raising, nuovi media e valutazioni di impatto sociale. Una guida essenziale per conoscere tutti gli aspetti fondamentali, teorici e pratici di un settore in costante crescita.

L ’ ufficio stampa e l ’ attivit à di relazioni pubbliche hanno subito drastici cambiamenti con l ’ avvento di internet. La gestione dei nuovi media rappresenta oggi un passaggio fondamentale per chiunque voglia costruire la propria visibilit à online imparando a comunicare con i servizi tipici del web 2.0. All ’ interno di questo manuale scoprirete strategie operative per raccogliere la sfida dei nuovi media e impostare un piano di comunicazione in grado di sfruttare al meglio le tantissime opportunit à che sono emerse negli ultimi anni. In particolare, scoprirete come sfruttare il vantaggio competitivo offerto dall ’ ufficio stampa digitale, come organizzare la comunicazione online, come applicare le nuove regole delle relazioni pubbliche sul web. Imparerete anche ad utilizzare nuovi strumenti operativi come i comunicati stampa online, l ’ article marketing, i blog aziendali, le interviste digitali, le sponsorizzazioni online e i press kit. Potrete cos ì acquisire informazioni fondamentali per ampliare il vostro pubblico di riferimento e per gestire al meglio la comunicazione aziendale. In parole semplici, smettete di perdere tempo dietro a letture o consigli inefficaci e guadagnate ora anni di esperienza grazie ad una lettura in grado di offrirvi tutte le informazioni necessarie per raggiungere i vostri obiettivi.

Programma di Ufficio Stampa Come Comunicare con la Stampa per Ottenere Visibilit à sui Mezzi di Comunicazione Capitolo 1: COS’E’ L’UFFICIO STAMPA E QUAL’E’ LA SUA FUNZIONE Quali sono le attivit à svolte dall’ufficio stampa di un’azienda. Come individuare gli obiettivi di comunicazione di un ufficio stampa. I diversi tipi di ufficio stampa e le norme del settore. Come si differenziano i comunicati a seconda del pubblico di destinazione. Capitolo 2: COME E’ STRUTTURATO UN UFFICIO STAMPA: RUOLI E COMPETENZE Quali sono i ruoli e le mansioni negli uffici stampa composti da pi ù persone. L’importanza della figura del portavoce da un punto di vista fiduciario. Come evitare lo stress lavorativo organizzando metodicamente il lavoro. Qual è il ruolo della segreteria all’interno di un ufficio stampa. Capitolo 3: COME ORGANIZZARE IL LAVORO DI UN UFFICIO STAMPA Come farti ascoltare quando proponi una notizia. Di quali strumenti hai bisogno per svolgere il lavoro di addetto stampa. Come fare per monitorare velocemente le agenzie di stampa. L’importanza della posta elettronica e della mailing list. Capitolo 4: COME SCRIVERE UN COMUNICATO STAMPA E OTTENERE LA PUBBLICAZIONE Che cos’ è il comunicato stampa e come deve essere strutturato. L’importanza di individuare i giusti destinatari del comunicato stampa. Come trovare nuovi contatti nelle redazioni di cui partendo da zero. Quando inviare il comunicato e come accertarsi che ottenga la visibilit à desiderata. Conoscere e sfruttare siti e portali internet per diffondere notizie. Capitolo 5: COME ORGANIZZARE UNA CONFERENZA STAMPA Come e quando è meglio organizzare una conferenza stampa. Come si scrive un comunicato d’invito efficace. Come assicurarsi che l’invito sia preso in considerazione. Che cosa è la cartella stampa e quale materiale deve contenere. Come sfruttare la conferenza per ampliare la rete di contatti stampa. Capitolo 6: COME SI FA UNA RASSEGNA STAMPA Che cosa è il monitoraggio delle notizie e a cosa serve. In che senso il monitoraggio fornisce riscontri sull’efficacia del lavoro precedente. Cosa assemblare una buona rassegna stampa. Capitolo 7: COME GESTIRE IL LAVORO DI ROUTINE Come riconoscere le notizie importanti per l’azienda o persona per cui lavori. L’importanza di trasmettere sempre sicurezza, professionalit à e competenza. Come trovare il giusto punto d’incontro con il giornalista sulla notizia.

L’importanza di mantenere buoni i rapporti con i giornalisti per facilitarli il lavoro.

Come genere interesse nei media 2.0 e gestire le relazioni pubbliche grazie alle potenzialit à del web

Professione Ghostwriter.Come Costruirsi una Redditzia Attivit à da Freelance Trasformando in un Lavoro la Passione per la Scrittura. (Ebook Italiano - Anteprima Gratis)

I comunicati stampa e i video

MANUALE PER SCRITTORI 3.0 - La professione pi ù ambita del Web

Personal Brand 3X

21 Consigli di Web Marketing per Avvocati. Come diventare avvocati di successo grazie al web (II Edizione)

Sviluppare il caso per la raccolta fondi. Come scrivere il documento essenziale per realizzare un programma di fund raising efficace

Se hai un sito web, devi scrivere. Se gestisci la pagina social della tua azienda o della tua associazione, devi scrivere. Se lavori come copywriter o redattore, devi scrivere ogni giorno e con professionalità. Siamo diventati tutti editori e passiamo sempre più tempo a progettare, scrivere, rivedere e pubblicare contenuti, soprattutto online. Ma quali sono le regole da seguire per scrivere un testo che funzioni e sia chiaro, efficace e credibile? Si può imparare a scrivere meglio anche se non l’abbiamo mai fatto in precedenza? Il Manuale di copywriting e scrittura per il web è la risposta ai tanti dubbi di chi deve scrivere ogni giorno, ma è pieno di incertezze perché non ha avuto una preparazione specifica. Dalla semplice email allo spot radio, dal testo per una pagina web a un post su Facebook, le regole di questo manuale si possono applicare a tutti i media tradizionali e digitali. Con una scrittura chiara, ricca di consigli pratici ed esempi, l’autore ci accompagna lungo un percorso che parte dalle basi per arrivare agli strumenti più complessi. Un manuale da tenere sempre sulla scrivania per migliorare ogni giorno una delle competenze più richieste da aziende, agenzie di comunicazione e web agency.

Il blog può aiutarvi a rafforzare la fedeltà dei clienti e ad acquisirne di nuovi, a ottenere il feedback indispensabile e a incrementare il fatturato. Questa guida pratica mostra come costruire un blog aziendale che vi permetta di tagliare questi traguardi, facendo crescere l’attività e gli utili. Gli autori, esperti di e-marketing e di blog aziendali, vi aiutano a definire obiettivi chiari, a produrre i contenuti giusti con gli strumenti appropriati, ad attrarre i visitatori, e a evitare costosi errori. Per far questo, si basano sulla loro vasta esperienza oltre che sul lavoro di innovatori svolto per società del calibro di Intel, Starbucks, ING Direct, Procter & Gamble e Tumblr. Qualunque sia il vostro ruolo nell’azienda, imparerete a: - Avviare un blog che rappresenti davvero il meglio della vostra azienda - Creare una strategia completa e a lungo termine per massimizzare la redditività dell’investimento (ROI) - Assegnare gli incarichi alle persone giuste - Integrare il blog con gli altri programmi di marketing off-line e on-line, compresi i social network - Usare il blog per avvicinare all’azienda i clienti acquisiti e quelli potenziali - Comunicare informazioni sempre aggiornate ai clienti tramite i feed RSS.

Programma di Comunicati Stampa su Internet I Segreti per Diffondere Online le Tue News e Rendere Famosa la Tua Azienda IL CICLO DI VITA DI UN COMUNICATO STAMPA Cos'è un comunicato stampa e a cosa serve. Il modello anglosassone standard: com'è fatto e le eventuali integrazioni da apportare. L’importanza della lista di distribuzione e dei contatti. COME SCEGLIERE LE NOTIZIE Quali sono i target e gli scopi dei nuovi comunicati stampa su internet. Come creare un comunicato stampa che soddisfi le esigenze di tutti i potenziali fruitori. COME AVVIENE LA STESURA Impara l’importanza del titolo per un miglior posizionamento nei motori di ricerca. Quanto deve essere lungo un comunicato stampa e che tipo di caratteri usare. Quale versione html e quali tag è più opportuno usare. COME EFFETTUARE LA DISTRIBUZIONE Come e perché è necessario ridurre al minimo la possibilità di generare errori. Le modalità di distribuzione: quali sono e come vanno gestite. Username e pasword: quali scegliere per massimizzare la facilità di gestione del sito. COME VALUTARE UNA CAMPAGNA DI DISTRIBUZIONE Come valutare una campagna di comunicati stampa. Impara a tracciare le immagini e a creare una lista quantitativa. Come avere una panoramica a 360 gradi tramite l’analisi del report. COME SI OPERA IN ITALIA Impara a scegliere e a selezionare i migliori siti per il tuo comunicato stampa. Come avere la garanzia di pubblicazione del tuo comunicato stampa. Come velocizzare l’introduzione del comunicato.

“Conosco Giacomo Bruno da tanti anni, ammiro la sua preparazione nel Branding e la sua professionalità come Editore.” Mirco Gasparotto, Presidente del Gruppo Arrowweld Italia Se sei un imprenditore o un professionista, cosa significherebbe per te essere riconosciuto come il massimo esperto del tuo settore di riferimento? Viviamo in un mondo talmente competitivo che è diventato sempre più difficile comunicare al meglio il valore dei propri prodotti e servizi, facendo quindi capire ai clienti perché scegliere noi invece dei nostri competitor. Oggi puoi creare il tuo Personal Brand, uscire sui giornali, espanderti sui social, diventare il più autorevole della tua nicchia e scalare il tuo business raggiungendo milioni di potenziali clienti, il tutto nel giro di massimo 6-12 mesi. COME CREARE UN BRAND D’IMPATTO Quali sono i fattori principali che portano i clienti ad acquistare da te. L’unico vero segreto per posizionare il tuo Brand nella mente delle persone. Per quale motivo il nome del tuo Brand può decretare il tuo fallimento o il tuo successo. COME SCRIVERE UN LIBRO IN 30 GIORNI Per quale ragione scrivere un libro ti posiziona immediatamente come massimo esperto di settore. Il segreto per diventare Autore Bestseller su Amazon anche se non ti conosce nessuno. Come organizzare i contenuti del tuo libro in maniera strategica. COME USCIRE SUI GIORNALI IN 24 ORE Per quale motivo uscire sui giornali conferisce all’autore un’autorevolezza immediata e senza precedenti. Il segreto per rendere il libro un magnete capace di essere ripreso dalle varie testate giornalistiche. Quali sono gli strumenti che portano il libro ad essere ripreso anche dai giornali e dalle agenzie di stampa più famose. COME COMUNICARE SUI TOP 4 SOCIAL Il segreto per usare i social più famosi al mondo per promuovere la pubblicazione del tuo libro. Quali sono i migliori 4 social network al mondo che permettono di raggiungere milioni di persone a costi molto contenuti. In che modo la tecnologia automatizza il processo di pubblicazione dei contenuti relativo al progetto editoriale. COME SCALARE IL TUO BUSINESS DI 32X Qual è lo strumento più efficace al mondo per monetizzare col tuo libro e aumentare il tuo fatturato. Il sistema Marketing Formativo: cos’è, in cosa consiste e come deve essere strutturato per rendere il tuo business scalabile. In che modo l’Intelligenza Artificiale è in grado di portare migliaia di potenziali lettori sul tuo libro a costi relativamente bassi. L’AUTORE Giacomo Bruno, classe 1977, ingegnere elettronico, è stato nominato dalla stampa “il papà degli ebook” per aver portato gli ebook in Italia nel 2002 con la Bruno Editore, 9 anni prima di Amazon e degli altri editori. È Autore di 28 bestseller sulla crescita personale e Editore di oltre 1.000 libri sui temi dello sviluppo personale e professionale. È considerato il più esperto di “book funnel” e il più noto “book influencer” italiano perché ogni libro da lui promosso o pubblicato diventa in poche ore Bestseller n.1 su Amazon. È seguito dalle TV, dai TG e dalla stampa nazionale. Per info: https://www.brunoeditore.it

IL CODICE DEGLI EBOOK. Come Creare, Progettare, Scrivere e Pubblicare il Tuo Ebook

Marketing Low Cost

La comunicazione sociale

Le parole sono importanti. Scriverne poche e bene per lavorare meglio

Diventare un Web Copywriter e catturare l'attenzione dei clienti

Digital travel. Strumenti e strategie per gli operatori del turismo

La strategia del colibrì

In tempo di crisi economica, la salvaguardia della natura o l’ambientalismo sono un lusso per società ricche e benestanti, e che quindi non possiamo più permetterci? L’attuale crisi non è però solo economica, ma anche energetica, ambientale e culturale. Saranno proprio le nuove generazioni a soffrire di più se alcuni problemi globali, dai cambiamenti climatici all’esaurimento dei combustibili fossili, non verranno affrontati scegliendo la sostenibilità ecologica. Questa guida nasce dall’esperienza di un giovane ecologista che ha girato il mondo: i progetti e le esperienze vissute, le letture e le riflessioni maturate con altri gli hanno fornito un bagaglio di conoscenze che ha pensato fosse importante condividere proprio con i più giovani attraverso una guida che riflette sui principali problemi ambientali globali e mostra possibili soluzioni già praticate in Italia e altrove. Ogni capitolo è dedicato a un aspetto diverso del vivere ecologico, con tutto ciò che occorre sapere per rendere più sostenibile vivere nelle nostre case, spostarci in città, fare i nostri acquisti, viaggiare, mangiare, vestirci e molto altro ancora.

Nuova edizione riveduta e aggiornata per la guida che ha rivoluzionato il modo di lavorare di centinaia di professionisti e studi legali. Il volume raccoglie e suggerisce in modo discorsivo e chiaro ventuno consigli su come gli avvocati possano utilizzare al meglio gli strumenti di comunicazione forniti dal web allo scopo di creare e consolidare un "personal brand" e una "web reputation" di alto profilo. Aggiornarsi ad uno stile comunicativo all'avanguardia, sposando e utilizzando efficacemente i consigli contenuti in questo libro, non fara che portare benefici alla propria attività professionale e al proprio successo personale.

1341.1.24

Comunicare non è un optional. Ogni azienda, specie nell’epoca in cui il digitale ha preso il sopravvento, ha bisogno di farsi conoscere, rendersi inconfondibile e mostrare i suoi prodotti o servizi. E uno dei modi più efficaci per farlo è ricorrere alle pubbliche relazioni. Francesca Caon, giornalista e specialista di pr, ha stilato in questo libro i “dieci comandamenti” indispensabili per promuovere la propria impresa o professione. I suoi consigli sono pensati per aiutare chiunque a orientarsi su un terreno complesso e rischioso come quello della comunicazione contemporanea. Tra modelli celebri a cui ispirarsi, analizzati nel dettaglio, errori da non commettere ed esperienze personali, questo libro getta una nuova luce su una materia in Italia ancora sottovalutata e spesso fraintesa.

Strumenti operativi

Bloc book

Come si fa a comunicare con la posta elettronica

Ufficio Stampa. Come Comunicare con la Stampa per Ottenere Visibilità sui Mezzi di Comunicazione. (Ebook Italiano - Anteprima Gratis)

App Marketing: lo sviluppo non è che l’inizio

Web marketing 2.0. Dal marketing ai profitti. Il nuovo marketing mirato ai profitti. La fase 2 della net economy

Comunicare il sindacato

La sezione sul commercio online è importante in quanto aggiornata alla direttiva europea per il commercio online dei farmaci recentemente recepita in Italia e che consente alle farmacie di vendere online tutti i farmaci senza obbligo di prescrizione medica. Il farmacista viene guidato nell'impostazione del proprio sito e dell'attività di promozione online sottolineando l'importanza dell'attendibilità e dell'affidabilità di tutte le comunicazioni al cliente. La presenza di paragrafi dedicati all'ufficio stampa e a campagne di comunicazione ad ampio raggio, lo rende uno strumento adatto anche per le farmacie che fanno parte di consorzi o catene. Non esistono al momento sul mercato volumi contenenti informazioni relative al decreto legislativo 19 febbraio 2014, n. 17 per il commercio online dei farmaci.

In questo ebook presentiamo le più diffuse tecniche di Web Marketing e le strategie migliori per proporre al meglio i vostri prodotti commerciali e i vostri servizi. Non importa se si tratta di merce fisica o virtuale, di servizi professionali o di altri generi di prodotti. Queste strategie valgono per promuovere tutto e per rendervi visibili sulla rete. Questo libro si pone a servizio di tutti coloro che non conoscono le procedure di promozione dei vari prodotti, presentando in modo sintetico alcune tra le strategie più diffuse ed utili per posizionarsi nelle prime pagine dei risultati di ricerca dei vari motori come Google, Yahoo, Bing, ecc. In questo manuale vi spiegheremo sinteticamente le modalità delle varie operazioni di comunicazione ed imparerete a pianificare strategie di web marketing vincenti. Tra gli argomenti trattati, capirete come: 1) Formarvi una reputazione in rete 2) Realizzare una campagna pay per click 3) Scrivere un comunicato stampa del vostro prodotto/servizio e metterlo in rete 4) Posizionarvi nelle prime pagine dei motori con le strategie

Seo 5) Utilizzare i vari strumenti di web marketing come le Landing Page, gli Autoresponder, le mailing list 6) Creare campagne di web marketing e pay per click 7) Come impostare una sito Responsive visibile anche sui dispositivi mobili 8) Creare un Blog orientato alla vendita dei tuoi prodotti 9) Produrre un video promozionale del vostro prodotto 10) Creare un programma di affiliazione 11) Guadagnare con i programmi di affiliazione E tanto altro ancora. Un libro denso di informazioni utili e importanti che non può assolutamente mancare nella vostra biblioteca digitale.

Programma di I Segreti dei Media Come Comunicare Intelligentemente con i Mass Media e Influenzare l'Opinione Pubblica Padroneggiando i Meccanismi dell'Agenda Media COME INCIDERE SULL'AGENDA MEDIA Cosa si intende per salienza e in base a quali parametri è possibile misurarla. Come scrivere un comunicato stampa che sia accattivante a partire dalla sua forma grafica. Come modellare il comunicato stampa a seconda dei destinatari. COME ENTRARE NEI MECCANISMI DELL'AGENDA MEDIA Che cos'è l'agenda setting e quale è la teoria che ne regolarmente l'utilizzo. Come i social network hanno modificato le dinamiche dell'agenda setting e come sfruttarli alla luce di ciò. Quali sono i criteri che rendono un testo accattivante e popolare. COME SCRIVERE UN TESTO VINCENTE Come diventare un bravo comunicatore sul web capendo e adattandosi allo spirito dei tempi. Come misurare il gap che separa il Reach of Interest e la platea raggiunta per indirizzare al meglio linguaggio, codice e contenuti del messaggio. Quali sono i confini ideali dell'interesse che una notizia può suscitare sul territorio. Come suscitare la curiosità nei lettori ed elaborare la notizia in termini di originalità. COME SI PREPARA IL COMUNICATO PERFETTO Che cosa sono le 5W e perché è così importante seguirle per scrivere un buon comunicato. Come creare un comunicato stampa professionale, imparziale e atto a veicolare al meglio la notizia. Minimalismo e attenzione ai dettagli: come integrarli bene tra loro per creare un buon testo. COME VALORIZZARE LA TUA NOTIZIA Che cos'è il Gatekeeper e che funzione svolge all'interno di una redazione. Come valutare una notizia in base ai criteri di notiziabilità e valori-notizia. Come e perché è importante studiare la concorrenza, prima di tutto per distinguersi. COME GENERARE CONSENSO Come sottolineare ed enfatizzare ciò che il ricevente si aspetta all'interno di un comunicato. Come si gestiscono le aspettative e la paura come leve di interesse. Come individuare i lettori di riferimento e rispondere ai loro needs. COME DIVENTARE PUNTI DI RIFERIMENTO IN RETE Come utilizzare Twitter e perché è così importante farlo. Come far sentire la propria voce social osando senza mai aver paura di interagire. Utilizza Analytics per misurare i ritorni delle tue attività sui Social Media.

Oggi chiunque può pubblicare un libro. Ma un buon libro è difficile da pubblicare, perchè sono pochi i professionisti e le aziende che li sanno confezionare secondo determinati standard e in ottemperanza alle direttive fornite dagli Store che li ospitano nelle loro vetrine. Oggi più che mai quindi, per chi vive di scrittura, è necessario conoscere una realtà in continuo cambiamento ma che ha aperto le porte a nuovi scenari e a possibilità di guadagno impensabili fino a qualche decennio fa, quando l'intero mercato editoriale era in mano solo alle grandi Case editrici. In questo breve Corso dedicato alla scrittura, imparerai quali operazioni sono necessarie per iniziare con il piede giusto e come strutturare un libro che abbia tutte le caratteristiche richieste per poter essere commercializzato. Questo è un Manuale per chi ama la scrittura e contiene Segreti e Trucchi che molti scrittori ed esperti del settore faticano a divulgare ma che l'autore ha deciso di mettere nero su bianco nella speranza che il futuro possa riservarci tanti bravi scrittori in grado di essere del tutto autonomi nelle varie fasi del processo di pubblicazione e distribuzione della loro opera. E' quindi una Guida essenziale che non può mancare nella libreria di coloro che si accingono a muovere i primi passi nel mondo dell'editoria “fai da te”.

I Segreti per Diffondere Online le Tue News e Rendere Famosa la Tua Azienda

I Segreti dei Media. Come Comunicare Intelligentemente con i Mass Media e Influenzare l'Opinione Pubblica Padroneggiando i Meccanismi dell'Agenda Media. (Ebook Italiano - Anteprima Gratis)

Pr e media relations per piccole e medie imprese

Imparare il mestiere di Copywriter per Gestire Blog, Comunicati stampa e Progetti di Editoria tradizionale e digitale

INSTITUTIONS ET MÉDIAS

Manuale del giovane eco-attivista

Ufficio stampa digitale

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.

Teoria, pratica e strumenti per scrivere meglio

Ufficio Stampa Gratis

Manuale di copywriting e scrittura per il web

Lavoro e formazione per rispondere alle richieste di aiuto telefonico

Strumenti, risorse e innovazioni per le PMI

Dal biglietto da visita al web

Farsi trovare, farsi conoscere e vendere attraverso il proprio sito senza perdere la propria identità