

Where To Download Fai Di Te Stesso Un Brand Personal Branding E Reputazione Online

Fai Di Te Stesso Un Brand Personal Branding E Reputazione Online

“Bisogna compiere l’opera dall’interno, come LEI vuol essere compiuta. Bisogna ESSERE l’opera.” - Marcel Proust -

Quante volte ti sei sentito inseguito dai banner pubblicitari dopo aver scelto un volo o una meta turistica? Sicuramente tante e altrettante volte ti sarai chiesto come ciò sia possibile e quali siano i meccanismi dietro questa forma pubblicitaria. Stiamo parlando di remarketing e retargeting e di due delle piattaforme di advertising più diffuse al mondo: Google AdWords e Facebook Ads. Sei pronto a scoprire come fare remarketing e retargeting? Questo libro ti spiega come strutturare campagne di remarketing e retargeting e ti aiuta a comprendere le strategie vincenti per massimizzare la presenza della tua attività sul web. Si tratta di un vero e proprio percorso che segue un approccio di inbound marketing: dalla costruzione del funnel di vendita allo sviluppo di alcuni elementi centrali per l’implementazione di queste tecniche. I dati, il content, la presenza organica sui motori e un’attenta pianificazione sono le basi per poter realizzare un piano che comprenda anche il remarketing e il retargeting. Il fine è di intercettare, in ogni punto del percorso d’acquisto, il tuo potenziale cliente senza mai interrompere le sue attività ma sollecitando e stimolando l’interesse che ha mostrato durante la navigazione.

Ti spiego quello che ho fatto per acquisire credibilità e reputazione Alessandro Mazzù svela finalmente il suo modo per fare Personal Branding e diventare un personaggio noto, riconoscibile e autorevole nel suo settore In tanti parlano di Personal Branding ma quanti davvero mettono in pratica la teoria? Come capita spesso, ci sono anche nel mondo digital, delle mode, dei fenomeni passeggeri, che per fortuna passano abbastanza velocemente come dei temporali estivi. Una di queste mode attuali è il Personal Branding. In rete infatti trovi tantissimi consigli su come gestire la tua pagina Facebook, il tuo blog, etc. ma nessuno ti spiega quello che, necessariamente, viene prima. Partono perciò tutti dallo strumento – trascurando di fatto il Personal Branding – spiegando solo come utilizzare un software (Facebook, Google, etc.). Ecco quindi che l’Autore, Alessandro Mazzù, ha deciso di scrivere un libro che parla di come fare davvero, in modo pratico e concreto, Personal Branding. Questa attività è infatti molto di più di quello che appare. Esistono tantissimi particolari, alcuni di questi davvero fondamentali, che servono a mostrare un’immagine di se stessi coerente, definita e per questo memorabile. Tra le pagine del libro Brand Me troverai, spiegate e motivate, tutte le scelte che Alessandro Mazzù ha compiuto e tutti i dettagli che ha curato per diventare un personaggio noto nel suo settore. Perché ha scelto il colore giallo? Come ha scelto il mio tono di voce? Quali gadget ha scelto di produrre? Come gestisco la sua presenza sui Social Network? Troverai risposte a queste domande e a tante altre. Sei pronto a restare impresso nella memoria? Se la risposta è sì, acquista il libro e inizia **ORA!**

Traduttore Imprenditore

Novelle di Cesare Balbo pubblicate per cura di Guglielmo Stefani

Gestione del Brand e della Reputazione

Il Personal Branding A Modo Mio

Come vendere su Amazon

Dal grande gruppo bancario all’artigiano, dalle multinazionali alle startup, tutti siamo chiamati alla grande sfida del decennio: il branding. Che diventa sinonimo di una vera e propria rivoluzione, di un’inversione di marc()a necessaria per garantirsi la sopravvivenza nei nuovi scenari digitali. Questo libro illustra tutte le tappe del cambiamento, descrivendone gli snodi fondamentali: il passaggio dalla unique selling proposition alla unique experience proposition, da target a pubblico, dal villaggio alla community. Propone lo studio della costruzione di una marca a partire dalle stimolazioni sensoriali e dal loro racconto attraverso gli strumenti della comunicazione. Il viaggio nel concetto di marca e nelle sue implicazioni avviene anche grazie ai contributi di diversi esperti – di marketing, comunicazione e storytelling – con un linguaggio che spazia fra il saggio ispirazionale e il fumetto. Un noir sotto forma di graphic novel, “Chi ha ucciso l’identit`a di marca?”, esplora in modo originale e innovativo le problematiche comuni che impediscono a un brand di comunicare come dovrebbe. Per i professionisti della comunicazione, per chi vuol far diventare i propri prodotti oggetti del desiderio, questo è il libro perfetto. Lasciatevi ispirare.

Quando nel 1932 furono pubblicati gli appunti che il giovane Marx aveva preso un secolo prima a Parigi dalle sue letture di economisti e di filosofi, questo evento editoriale fu salutato con grande entusiasmo. Una cosa curiosa, se si considera che i cosiddetti Manoscritti economico-filosofici del 1844 costituiscono materiali di lavoro in cui le osservazioni critiche affiorano da lunghe trascrizioni di autori pi`u o meno noti. Eppure essi provocarono una profonda revisione dell’immagine che fino allora si era avuta dell’autore del Capitale. La definizione dell’essenza umana come vita produttiva, l’analisi del rovesciamento che subisce a causa dell’alienazione del lavoro, la prospettiva di un comunismo umanistico – ecco alcuni temi da cui furono attirati gli intellettuali progressisti fino agli anni Sessanta e Settanta. I seguaci dell’ortodossia marxista, nei paesi dell’est, tentarono di rimuovere lo scandalo dei Manoscritti, declassandoli a peccato di giovent`u di un giovane hegeliano imbevuto di idealismo. Ma in Occidente, e anche tra i dissidenti dei paesi comunisti, divennero la bandiera del marxismo critico. Ora per`o siamo giunti a un punto in cui non sembra pi`ù possibile usare senza cautele le categorie di alienazione e di essenza umana a cui la diagnosi dei fenomeni di spossessamento di s`e ha fatto inizialmente riferimento. Questa nuova edizione italiana dei Manoscritti, condotta sulla base della nuova edizione storico-critica Marx-Engels-Gesamtausgabe (MEGA2), vuole dare un contributo a tale riflessione attraverso il vasto commento che accompagna il testo e che lo rende finalmente intellegibile appieno.

1161.7

Manoscritti economico-filosofici del 1844. Edizione commentata

Wedding Marketing Professionale

I pericoli della solidarità

Opere

Inversione di marca

“Tutto sembra impossibile fino a che non lo fai.” Nelson Mandela Un manuale? Non soltanto. Un mix tra un manuale operativo e un percorso di rinascita personale, questo libro ti preparerà, a livello mentale ed energetico, ad affrontare la ricerca di nuove opportunità grazie agli interventi di coach, psicologici e facilitatori e agli strumenti offerti da LinkedIn per curare il tuo personal brand e la tua reputazione online.

Cambiato il mindset studieremo come raggiungere l’obiettivo: attrarre le opportunità lavorative e le persone giuste. Ottimizzeremo il profilo per parole chiave pensando ai recruiter e all’algoritmo, studieremo come creare il tuo network e come interagire con i contenuti superando la paura di mostrarti. Esercizi ed esempi ti chiariranno cosa si intende per strategia e come fare per essere fin da subito operativo.

Come raggiungere la felicità' usando provati metodi scientifici.

Come migliorare e stare bene con sé stessi è un manuale per lettori coraggiosi. Chunque legga questo libro ha fatto il primo grande passo che porta sulla strada della vita, quella concreta, quella vera. Scritto in maniera diretta, schematica semplifica e spiega i concetti basilari per conoscersi e migliorare. Partendo dal conoscersi, passando per le relazioni personali fino all’importanza dell’attività fisica questo libro pratico, senza giri di parole, approfondisce le linee guida per un’esistenza solida e felice. Sono spiegate chiaramente le regole del gioco della vita, ora sta a te giocare con coraggio ed essere padrone di te stesso. Buona lettura!

Rivoluziona la tua comunicazione

Architecture on the web. A critical approach to communication

Opere di Vittorio Alfieri ristampate nel primo centenario della sua morte ...: Scritti politici e filosofici

Startup Pitch: Come presentare un’idea e convincere gli investitori a finanziarla

Public Speaking Online: Parla al tuo pubblico nel Web: Il corso di public speaking del futuro è qui e ora, davanti ai tuoi occhi

Cos`è la realtà aumentata e perché sta acquisendo sempre più importanza nelle strategie di marketing dei grandi brand? Non solo esperienze da “ Wow-Effect ” che lasciano sbalorditi i tuoi clienti, ma anche tanti dati da raccogliere, nuove opportunità di business e aumento delle vendite. Un vero viaggio nel mondo della realtà aumentata, in cui esploreremo questa rivoluzionaria tecnologia, dalle basi alle applicazioni pratiche, scoprendo opportunità di marketing uniche che, fino a pochi anni fa, non erano neanche immaginabili. Attraverso casi studio, statistiche ed esempi, questo libro si rivolge a tutti coloro che lavorano nel mondo del marketing e vogliono approfondire i concetti di realtà aumentata e WebAR e scoprire come questa tecnologia cambierà il mondo del marketing e della comunicazione off e online, esplorandone il potenziale disruptive nell`ambito del marketing digitale e il valore aggiunto che le phygital experience portano alla comunicazione tradizionale e non.

Il primo testo mai scritto sulle tecniche per parlare in pubblico online! Dagli antichi greci in poi, parlare in pubblico ha dato origine a una delle paure più diffuse, e oggi che la tecnologia permette di avere davanti a te, digitalmente, migliaia di persone, le cose non sono cambiate, se consideriamo quanto sia difficile stare davanti a una webcam, articolare bene i propri discorsi, coinvolgere i partecipanti e regalare loro un`esperienza appagante. Videoconferenze, conference call, seminari online dal vivo, aule virtuali, video messaggi e anche il semplice uso di strumenti come Skype sono ormai azioni quotidiane, e la probabilità che qualcuno ti proponga prima o poi di presentare qualcosa online dal vivo cresce di giorno in giorno. Questo libro è pensato proprio per chi ti vuole superare la “ paura ” affrontando questa sfida in modo professionale ed elegante, senza improvvisare e senza doversi pentire di errori commessi; illustra tutti i passaggi, le strategie, i trucchi del mestiere utili per progettare, realizzare e valorizzare ogni presentazione via web, indipendentemente dal pubblico, dai contenuti e dagli obiettivi dell`evento. Scritto con linguaggio semplice e diretto, è ricco di spunti e idee di immediata applicazione, utilizzabili anche nelle presentazioni tradizionali.

Atteggiamenti e tecniche per costruire una forte identità online Ti sei mai chiesto: “ Perché dovrebbero assumermi? ” , oppure “ Perché dovrebbero acquistare da me? ” . Partendo da queste due semplici domande, si sviluppano tutti i ragionamenti sul Personal Branding efficace, che porta risultati. In questo libro traccio un percorso per trasformare il tuo nome in un brand riconoscibile e riconosciuto. Affinché la tua strategia di branding abbia successo, chi ti percepisce deve maturare la convinzione che esistano differenze significative tra te e il resto dell`offerta. Gestire la propria immagine, creare contenuti e alimentare le relazioni sono competenze vere che non si improvvisano in pochi giorni. Essere in grado di fronteggiare le problematiche tecniche e comunicative significa imparare un mestiere complesso e ottenere un vantaggio competitivo. Questo è un momento di grande cambiamento sociale e lavorativo. Non ci sono più le certezze, in fatto di stabilità del lavoro, che c`erano nel secolo scorso e oggi nessun lavoro è per sempre. Essere riconosciuto come un esperto del settore ti favorirà sia nella ricerca di occupazione che nel vendere i tuoi prodotti e servizi. L`obiettivo più alto del creare un brand di se stessi è ottenere opportunità, contatti e l`interesse di chi ti segue. L`opportunità è il primo passo verso la realizzazione dei tuoi sogni.

Un umile, ma stupefacente cammino nello Spirito...

Nuova rivista storica

Come fare Remarketing e Retargeting con Google Adwords e Facebook ADS per affinare la tua strategia

Acceptance and Commitment Therapy. Le chiavi per superare insidie e problemi nella pratica dell'ACT

Opere di Guglielmo Shakespeare. Volume 1, parte 1

*Ti piacerebbe vendere i tuoi prodotti su Amazon ma non sai come fare? Con "Come Vendere su Amazon", ci riuscirai! Scoprirai infatti tutti i passi da percorrere per diventare un vero venditore sul più grande marketplace del mondo anche se non hai alcuna conoscenza specifica di partenza. Attraverso esempi semplici ed efficaci saprai come affrontare le problematiche più comuni: dalla registrazione dell’account seller all’inserimento degli articoli, passando per il modo in cui trattare direttamente trattare direttamente con i venditori di AliBaba per acquistare prodotti da rivendere su Amazon. Grazie a una sezione dedicata ai tool che permettono di analizzare e lanciare a livello globale i tuoi prodotti, avrai tutti gli strumenti per iniziare da solo. Se sei un imprenditore, un commerciante, un artigiano o semplicemente vuoi scoprire un nuovo modo per guadagnare con internet, il libro Come Vendere su Amazon è proprio quello che stavi cercando. *** QUESTO LIBRO FA PARTE DELLA COLLANA WEB BOOK ****

Ti piacerebbe individuare in modo chiaro cosa ti differenzia e dirigere con soddisfazione la tua attività di traduttore professionista? Scopri come far emergere le tue attitudini innate, come acquisire clienti diretti, anche partendo da zero e come essere al timone della tua vita professionale. Traduttore Imprenditore ti guiderà a guardarti dentro e a prendere consapevolezza di cos’hai Tu da offrire, per metterlo a frutto nelle tue scelte professionali. Un libro per tutti i professionisti della traduzione che sentono il bisogno e la volontà di liberarsi dallo “stare a galla” nella propria attività e di cambiare il proprio approccio da “schivo” dell’operatività a pianificatore delle proprie strategie per iniziare a raggiungere risultati migliori. Questo libro è una scorciatoia per rimanere aggiornati rispetto alle nuove competenze che il nostro tempo esige, per non perdere di vista quanto accade “dall’altra parte” del nostro orizzonte e cosa ci attende. COME SCOPRIRE IL TUO VALORE UNICO L’importanza di diventare brand di te stesso. Perché accettare l’esistenza dell’errore è fondamentale per raggiungere il tuo obiettivo. L’importanza di spezzettare gli obiettivi in piccole azioni quotidiane. COME RIPARTIRE DA ZERO E ACQUISIRE CLIENTI DIRETTI Come applicare efficacemente la legge di Pareto 80/20 ai tuoi obiettivi. Perché fare l’identikit del tuo cliente ideale è fondamentale per svolgere nel migliore dei modi la tua attività. Come ottimizzare al meglio il tuo profilo LinkedIn al fine di acquisire nuovi clienti. SPUNTI PER DIFFERENZIARTI Come differenziarti efficacemente attraverso la tua voce. Il segreto per gestire al meglio lo stress e la respirazione. L’importanza di padroneggiare postura, sguardo e scaletta di presentazione dei contenuti. COME DIVENTARE IMPRENDITORE DI TE STESSO L’importanza di elaborare una strategia efficace per arrivare dritto all’obiettivo. Perché interrompere la promozione della tua professione quando il lavoro abbonda è una decisione sbagliata. L’importanza di creare un gruppo di lavoro serio ed affiatato su cui poter contare. COME GUARDARE AL FUTURO Perché le macchine non saranno mai in grado di soppiantare il lavoro di una traduttrice professionista. L’importanza di associare il tuo nome a una competenza specifica. In che modo l’aiuto di un mentore può avere un impatto straordinario sulla tua carriera lavorativa.

Fare presentazioni di pitch per raccogliere finanziamenti è un’arte, una sfida continua dell’essere imprenditori. Un investor pitch infatti presenta delle criticità molto specifiche e può facilmente decretare il successo o il fallimento di un’iniziativa imprenditoriale. Nel libro Startup Pitch l’Autore, ti presenta i risultati di un’analisi e di innumerevoli esperienze sul campo che gli hanno permesso di arrivare alla realizzazione di una struttura standard, completa e ben organizzata di tutte le sezioni che devono comporre una presentazione di investor pitch. All’interno del testo questa struttura è condensata in un unico strumento: l’Investor Pitch Canvas. Leggendo il libro Startup Pitch migliorerai notevolmente l’efficacia della tua presentazione, aumentando al massimo la probabilità che la tua startup venga finanziata. Il prossimo pitch potrebbe avere un’importanza vitale per la tua attività imprenditoriale, non mettere a repentaglio la tua startup, non rischiare tutti i tuoi sacrifici, non permetterti di passare inosservato, applica la struttura suggerita e conquista l’attenzione degli investitori.

Brand Me

Come migliorare e stare bene con sé stessi

Il libro del sapere e del valore

Fai di te stesso un brand. Essere autorevole e ispirare fiducia

I valori che trasformano i brand

"Bibliografia italiana sulla guerra europea:" anno 1, fasc. 2 (apr.-giugno 1917) p. [373]-380.

Fai di te stesso un brand. Essere autorevole e ispirare fiduciaFai di te stesso un brandPersonal branding e reputazione onlineDario Flaccovio Editore

Come si diventa professionisti del settore matrimoni 2.0? Le risposte sono tutte contenute nel libro “Wedding Marketing Professionale”, dove l’Autrice ti invita a lavorare alla tua azienda di servizi per il matrimonio step by step per: studiare il mercato di riferimento; delineare il tuo wedding business; fare un focus sui tuoi punti di forza e di debolezza; esaminare i segmenti di mercato da presidiare; profilare la sposa ideale; analizzare la concorrenza; individuare il vuoto presente nel mercato, da riempire col tuo essere “unico”. Inoltre, descrive ogni canale nelle sue dinamiche e nelle sue potenzialità, indicandoti le best practices per diventare uno specialista del “giorno più bello” di tante vite! Come si individuano i canali ideali per intercettare la sposa? Come si crea con essa una relazione di stima e fiducia che poi l’accompagnerà nel suo viaggio fino all’acquisto dei tuoi servizi? Leggi il libro Wedding Marketing Professionale e scoprilo subito!

Manuale per spiegare a tutti le tecniche e le strategie per avere successo sul più grande marketplace mondiale

Professione Digital Pet Sitter. Ti spiego come lavorare con gli animali e usare Web e Social per promuovere la tua attività

Facebook e Instagram Ads

Manuale Step by Step per costruire e definire il tuo marketing mix vincente

Fai di te stesso un brand

È evidente come i mercati negli ultimi anni abbiano visto cambiamenti netti e dirompenti, che vedono nella centralità della persona una delle caratteristiche più rilevanti. I nuovi media digitali, social in primis, hanno dato nuove possibilità comunicative agli utenti, trasformandoli in veri e propri medium. Grazie alle loro qualità riconosciute e a una particolare posizione questi hanno guadagnato un ruolo primario, condizionando e ottenendo considerazione da platee molto vaste, con numeri e risultati spesso sorprendenti. Gli influencer sono ormai una realtà, una realtà capace di segnare profondamente il mercato e diventare risorsa unica anche in chiave business. Nasce da qui l’influencer marketing, uno strumento che non può più essere trascurato dai brand. Questa nuova edizione aggiornata vuole essere un percorso, tra spunti teorici e consigli pratici, utile a illustrare ad aziende, agenzie e professionisti come attivare relazioni di valore con gli influencer. Prassi, metodologie e tool per far diventare loro e le iniziative di comunicazione a essi un reale vantaggio competitivo. Perché l’uomo resta la più grande risorsa possibile, non scordiamolo mai.

Nel momento storico che stiamo vivendo tante professioni sono morte, altre sono nate e sono molte le persone over 40 che sono state costrette a reinventarsi. Questo libro prende le mosse dall’esperienza dell’autrice: da giornalista a digital pet sitter e pet blogger. Ovvero come è riuscita a unire le sue competenze nell’ambito della comunicazione e del digitale all’amore per gli animali; un binomio che le ha permesso di non abbandonare le sue più grandi passioni. Se hai bisogno di reinventarti o vuoi semplicemente cambiare vita, questo testo ti spiegherà come guadagnare accudendo animali. Scoprirai i trucchi per diventare un pet sitter di successo e come sfruttare il digitale, in particolare il tuo blog, ma anche Facebook e Instagram, per fare pet personal branding e iniziare a collaborare con i brand o con le web agency. Senza nulla togliere al passaparola, che rimane la miglior pubblicità. E siccome, come dimostrano diversi studi, gli animali sono terapeutici, la parte finale non poteva non essere dedicata a loro, esseri senzienti che migliorano la vita fisica e psichica a noi umani. Con un grande consiglio: prendere un animale, possibilmente adottandolo, per fare del bene a lui, ma forse prima di tutto a te stesso.

From #1 New York Times bestselling author Chris Colfer comes a funny, heartbreaking, unforgettable novel about friendship and fame perfect for fans of Me, Earl, and the Dying Girl and John Green. Cash Carter is the young, world famous lead actor of the hit television show Wiz Kids. When four fans jokingly invite him on a cross-country road trip,

they are shocked that he actually takes them up on it. Chased by paparazzi and hounded by reporters, this unlikely crew takes off on a journey of a lifetime--but along the way they discover that the star they love has deep secrets he's been keeping. What they come to learn about the life of the mysterious person they thought they knew will teach them about the power of empathy and the unbreakable bond of true friendship. In this touching novel, New York Times bestselling author Chris Colfer takes us on a journey full of laughter, tears, and life-changing memories.

Crea campagne efficaci e non perderai mai di vista i potenziali clienti

Influencer Marketing. Valorizza le relazioni e dai voce al tuo brand
Il EDIZIONE

Percorso Pratico In 3 Passi Per Differenziarti, Acquisire Clienti Diretti e Diventare Imprenditore Di Te Stessa

LinkedIn per chi cerca un (nuovo) lavoro. Volume I – Livello base

Personal branding e reputazione online

"Fai di te stesso un brand" è uno dei titoli più venduti tra i manuali di personal branding online, un volume che ha fidelizzato migliaia di lettori in tutta Italia. Una voce autorevole nel campo della web reputation, capace di comunicare idee chiare e precise. La terza nuova edizione rinnovata del testo di Riccardo Scandellari, in arte Skande, battezza la collana "Spirali", cugina delle ormai iconiche serie editoriali "Web book" e "Accadde domani", tutte incentrate in diverso modo, su approfondimenti inerenti il nuovo umanesimo digitale. Il testo di Scandellari, con la prefazione di Paolo Borzacchiello, è stato totalmente riscritto dall'autore, il quale esamina ancora una volta, ma con dovuti aggiornamenti, il mondo del personal branding e della web reputation. Resta il punto di partenza del volume: la volontà di scrivere un manuale semplice per aiutare il lettore a promuovere un'ottima reputazione di sé stessi in rete. Cambiano i capitoli, le analisi e le nuove strategie per mostrare come realizzare contenuti e un'attività di marketing relazionale online basata su tre principali capisaldi: la fiducia, il valore e il costo. L'autore divide il testo in sei semplici, ma dettagliati capitoli. Dal conosci te stesso e quello che vuoi comunicare, si passa alla conoscenza del pubblico e alla costruzione di un'identità di scopo. Si continua con la costruzione di un luogo comunicativo, ovvero i canali online, siti, social media, pagine di approdo aziendale, contenitori dove potere condurre il proprio pubblico e ottenere fiducia. L'ultimo capitolo è la fine del percorso, lo step più difficile ma capace di generare economia: convertire l'interesse in contatti, i contatti in relazioni e le relazioni in clienti. Cos'è un brand e cosa significa fare personal branding Le buone idee, da sole, non vanno da nessuna parte. Dobbiamo saperle raccontare. Le persone non acquistano prodotti, acquistano te che vendi prodotti. Non fanno quello che dici loro di fare perché è saggio e ragionevole, lo fanno perché tu sei credibile e perché gli piaci. Il brand è tutto questo (e anche un po' di più, a dire il vero): è il driver emozionale di cui quasi nessuno è consapevole e che governa il nostro agire prima che il cervello razionale possa dire la sua. Uno dei temi portanti di questo libro/manuale d'uso è quello della leadership digitale, strettamente connesso con il concetto di qualità che deve sempre prevalere sulla quantità. La fiducia con il nostro cliente, con il nostro follower o semplicemente con il nostro estimatore si costruisce parola dopo parola, azione dopo azione, strategia dopo strategia, avendo sempre e ben in mente il concetto di coerenza, concetto del quale Riccardo Scandellari è la massima espressione. Fa quello che dice, dice quello che fa. È tutto qui. Il resto tocca a te. "Il tempo è un sottoprodotto della motivazione – scrive Riccardo Scandellari - impegniamo una risorsa scarsa, come il tempo, solo se ne percepiamo l'utilità, ne vediamo il senso o ne traiamo un evidente vantaggio. Comunicare merita l'investimento di tempo, è una delle attività umane fondamentali, lo facciamo per ottenere l'attenzione di qualcuno o di un gruppo di persone all'interno del quale vogliamo incrementare la connessione, il livello di comprensione e la fiducia. Questo libro è inutile se non ti porta all'azione".

Il punto di partenza per ogni attività imprenditoriale, qualunque essa sia, è sempre e solo uno: il brand. Sì, perché il brand è lo strumento di differenziazione dalla concorrenza, è ciò che ti farà entrare nella mente del consumatore e soprattutto rimanerci. Oggi avere un brand forte determina il successo o meno di un'azienda. I piani di marketing e le campagne sono inefficaci se la marca non è stata costruita seguendo i modelli e i principi di base che hanno determinato il successo di migliaia di imprese nel mondo. È quindi importante, prima di iniziare tutte le attività di advertising e di strategia, disegnare il proprio brand e mettere in atto quelle azioni che permettono di monitorare in modo efficace anche la reputazione sul web. Perché la reputazione è ciò che le persone capiscono e percepiscono, è l'idea che pian piano si fanno di te e della tua azienda. Brand e reputazione sono i due fattori che determineranno il successo del tuo progetto. Questo libro ti fornirà tutti gli strumenti essenziali (modelli, software, esempi), oltre a numerosi case-study e contributi dei migliori professionisti italiani, per incrementare il tuo business.

Con l'ultimo libro della sua trilogia Paul Selig si impone ancora una volta sulla scena letteraria con un testo innovativo, vivace e frizzante per il suo contenuto rivoluzionario. In un periodo che vede la saturazione di informazioni spirituali di massa che portano alla noia e alla ripetizione, il libro del Sapere e del Valore si fa baluardo di una nuova frontiera della coscienza immergendo il lettore in una restaurata visione di sé e nella riscoperta di un'identità perduta nei meandri delle imposizioni sociali, educative e religiose che hanno minato fin nelle fondamenta l'autostima di ogni essere umano, rendendogli impossibile l'esperienza della divinità terrena. Con fermezza e un'autorevolezza che infonde fiducia i Maestri pongono domande che fanno tremare le certezze di una vita, ma che segnano la strada verso la realizzazione di una maturità compiuta che porta alla possibilità dell'anima di esprimersi in un modo nuovo. Questo è un testo che come un uragano trascina fuori dalla zona comfort e promette il ritorno trionfante al proprio vero Valore... una garanzia di risveglio dai risvolti eccitanti come antidoto alla commiserazione e al vittimismo.

Biblioteca portatile Del Viaggiatore

Stranger Than Fanfiction

Cura in modo efficace il tuo brand e migliora la reputazione della tua azienda - Con principi, regole, modelli e numerosi casi pratici reali

Realtà Aumentata per il Marketing - Metodi disruptive e phygital experience per unire il mondo fisico e digitale

Novelle di Cesare Balbo

Facebook e Instagram sono canali pubblicitari imprescindibili per qualsiasi azienda, ma soltanto elabo-rare a monte una strategia e mirata può permettere di sfruttarne appieno le potenzialità. Questa è la par-te più complessa di una campagna pubblicitaria online. Con questo libro, creato come mix tra guida strategica e manuale tecnico su Facebook e Instagram Ads, vogliamo offrire una lettura utile sia a chi si appropcia per la prima volta alla materia sia a chi la-vora già da tempo con la piattaforma. Per questo abbiamo impostato un percorso che parte dall’analisi degli strumenti e dallo studio delle strategie per passare a una parte più tecnica, in cui mostriamo come creare da zero una campagna, svi-scerando ogni impostazione. Per finire, attraverso dei casi-studio reali presentiamo alcune delle solu-zioni specifiche realizzate per i nostri clienti. Scritte durante gli ultimi anni di vita, le Lettere morali a Lucilio costituiscono la più geniale opera di Seneca sotto il profilo del pensiero filosofico e la più significativa della sua personalità.

Gli scritti di Sergio Ricossa sono sempre un prezioso scrigno, da cui si possono di continuo trarre gemme di inusuale bellezza. Le pagine contenute in questo volume ne sono un esempio. Con il suo acume, la sua cultura e la sua ironia, Ricossa ci offre la possibilità di esplorare un principio, di cui si parla molto e che è stato fatto proprio anche da talune carte costituzionali. Ci fa capire che cosa sia la solidarietà e quale funzione essa svolga nella convivenza fra gli uomini e nel rapporto fra governati e governanti. Affrancandoci dai tanti luoghi comuni quotidianamente spesi, Ricossa ci aiuta a rispondere alle nostre domande, soprattutto a quelle che potrebbero sembrare scomode o “impertinenti”. Il metodo utilizzato è quello caro all’Autore, che richiama costantemente la nostra attenzione sugli esiti positivi e negativi generati dalle nostre azioni. Ricossa si sofferma dapprima sulla solidarietà volontaria. E spiega che pure il nostro più spontaneo desiderio di aiutare gli altri «esige un patto anticipato fra almeno due persone», chi propone e chi accetta. Come avviene in ogni altro rapporto intersoggettivo, amicizia e amore compresi, c’è nella solidarietà uno “scambio”, in cui devono essere presenti la disponibilità a dare e la disponibilità a ricevere. Ricossa “esplora” le relazioni interne alla famiglia, i rapporti fra colleghi e varie altre situazioni. E alla sua vigile lente non sfuggono «gli abbracci ostentati, le pacche sulle spalle, i “regali” prestigiosi», che precedono l’«invito ad aderire a reti di connivenze e omertà», le “cricche” solidaristiche, alle quali «bisogna saper dire di “no” al momento giusto». Ricossa analizza poi un tipo di solidarietà a cui non è possibile sottrarsi: quella resa «obbligatoria per legge, imposta da politici demagoghi, pagata da contribuenti inermi, goduta massimamente da burocrati pubblici, inventata nella forma moderna da Bismarck, il cui ideale era trasformare la Prussia in un’unica immensa caserma, trattando i civili come militari». È una solidarietà che non ha alcun valore morale, perché non è un prodotto della libertà di scelta. Ossia: «il valore morale della solidarietà obbligatoria, non libera, è nullo». E non solo. Il suo valore economico, «inteso come spesa, è altissimo. Il presupposto teorico è che i ricchi paghino per i poveri. La conseguenza pratica è che, più spesso di quanto non si creda, i poveri pagano per i ricchi».

Felicità: il percorso scientifico per raggiungere il benessere

Sulle tracce dell’Oltre

Opere di santa Maria Maddalena de' Pazzi carmelitana monaca del venerando monastero di s. Maria degl'Angioli di Firenze. Raccolte dal M.R.P. maestro fra Lorenzo Maria Brancaccio ... e diuise dal medesimo in cinque parti. Con la vita della medesima santa descritta dal signor d. Vincenzo Puccini

Novelle

Lettere morali a Lucilio