



comincia dall'idea del prodotto, che deve essere straordinario, diverso, innovativo per poter catturare l'attenzione dei clienti e far parlare spontaneamente di sé. È questo elemento di magia e unicità a far sì che realtà come Apple, Google, Ikea, Starbucks o la bottega del macellaio toscano Dario Cecchini continuino a macinare successi, mentre grandi industrie affermate arrancano e non riescono a stare al passo. A distanza di tempo dalla prima pubblicazione, questo classico si riconferma più che mai una lettura fondamentale, le cui idee troviamo ormai infuse nel mondo che ci circonda.

You're either a Purple Cow or you're not. You're either remarkable or invisible. Make your choice. What do Apple, Starbucks, Dyson and Pret a Manger have in common? How do they achieve spectacular growth, leaving behind former tried-and-true brands to gasp their last? The old checklist of P's used by marketers - Pricing, Promotion, Publicity - aren't working anymore. The golden age of advertising is over. It's time to add a new P - the Purple Cow. Purple Cow describes something phenomenal, something counterintuitive and exciting and flat-out unbelievable. In his new bestseller, Seth Godin urges you to put a Purple Cow into everything you build, and everything you do, to create something truly noticeable. It's a manifesto for anyone who wants to help create products and services that are worth marketing in the first place.

Pensa all'ultima volta che ti sei posto un obiettivo di business, hai cercato informazioni sul web, hai studiato praticamente tutto quello che hai trovato e alla fine sei rimasto inchiodato nella situazione di partenza. Ti ricordi come ti sentivi? Ecco, ora immagina cosa potrebbe succedere se invece di leggere "ricette" imparassi a saper guardare nella direzione giusta. Il risultato finale sarebbe nettamente diverso. Sì, perché quando si parla di business online, è facile scoprire tutto e il contrario di tutto e, che tu ci creda o no, non esistono "formule magiche" per avere visibilità e successo. E questo libro vuol esserne la prova. A differenza di tanti altri manuali più generalisti, infatti, io ho preferito focalizzare i dettagli, i dietro le quinte, di aziende che hanno rivoluzionato la nostra quotidianità, analizzando ciò che ha funzionato e ha fatto la differenza, svelandoti elementi veramente pratici e tangibili per aiutarti nell'individuare il miglior percorso verso il tuo futuro lavorativo. Che tu sia un professionista o un imprenditore alle prime armi, dunque, con questo libro ti aiuterò a creare il tuo business online di successo.

Oltre il Design Thinking offre strategie, modelli e tecniche per risolvere problemi complessi e creare nuove idee per differenziarsi dalla concorrenza, unendo pensiero analitico e creativo. Nella prima parte il libro illustra, con un linguaggio accessibile a tutti, le più recenti teorie dell'innovazione e i metodi del Design Thinking. Nella seconda parte l'autrice approfondisce il tema descrivendo il processo di utilizzo e di integrazione dei dati all'interno di strategie creative elaborate da team ad alto rendimento, dove il gioco è l'elemento propulsore. La carica innovatrice del manuale è racchiusa nell'unione di elementi distanti tra loro come l'analisi dei dati, le emozioni, la creatività e il gioco per riportare il pensiero verso l'intuizione. Completano il libro numerosi casi studio e i canvas a colori disegnati a mano dall'autrice per aiutare la comprensione e la simulazione. Il testo risulta così particolarmente adatto per chi desidera approcciare il Design Thinking, per gli analisti e i marketer alla ricerca di tecniche di consulenza basate sulla cooperazione e per i creativi chiamati a strutturare strategie di prodotto, business, comunicazione e marketing innovative.

Web marketing manager & digital strategist. La bibbia delle nuove professioni web

La mucca viola. Farsi notare (e fare fortuna) in un mondo tutto marrone

Fai di te stesso un brand

Come Trasformare la Tua Impresa in un Successo

Dall'analisi dell'influenza online all'influencer management

VISIBILITA'. Il superpotere che viene dal Web

Regole, Principi e Concetti Chiave

244.60

Per il settore alberghiero, pi ù che per altri segmenti di mercato, marketing e management sono elementi sempre pi ù importanti e critici, perch é rappresentano i fattori chiave per il successo dell ' azienda e sono materia in continua evoluzione. La promozione dei servizi e la gestione delle relazioni con i clienti sono ormai momenti centrali nelle attivit à di ogni struttura turistica. Il management dell ' impresa alberghiera è una guida completa e aggiornatissima alle politiche di marketing strategico e alle tecniche di management delle strutture alberghiere (e ricettive in generale), e spiega come raggiungere e mantenere un vantaggio competitivo nei due pi ù rilevanti obiettivi che generano profitto: l ' acquisizione di nuova clientela e la creazione di un processo di fidelizzazione. Per il settore alberghiero, pi ù che per altri segmenti di mercato, marketing e management sono elementi sempre pi ù importanti e critici, perch é rappresentano i fattori chiave per il successo dell ' azienda e sono materia in continua evoluzione. La promozione dei servizi e la gestione delle relazioni con i clienti sono ormai momenti centrali nelle attivit à di ogni struttura turistica. Il management dell ' impresa alberghiera è una guida completa e aggiornatissima alle politiche di marketing strategico e alle tecniche di management delle strutture alberghiere (e ricettive in generale), e spiega come raggiungere e mantenere un vantaggio competitivo nei due pi ù rilevanti obiettivi che generano profitto: l ' acquisizione di nuova clientela e la creazione di un processo di fidelizzazione. La gestione del sito web aziendale, la presenza costante e produttiva sui social network e sui siti di promozione turistica, le politiche di CRM (Customer Relationship Management), l ' individuazione delle tipologie di turisti, la corretta gestione della politica dei prezzi e le tecniche di vendita nel settore, sono solo alcune delle strategie esaminate all ' interno del volume. Nell ' ultima parte, il libro tratta la nascita di una rete sistemica nel settore turistico, fattore fondamentale per lo sviluppo di un turismo integrato di qualit à , e illustra la centralit à del processo di leadership, strumento in grado di creare aziende dinamiche, competitive e con un ' immagine consolidata nel mercato, offline e online. La gestione del sito web aziendale, la presenza costante e produttiva sui social network e sui siti di promozione turistica, le politiche di CRM (Customer Relationship Management), l ' individuazione delle tipologie di turisti, la corretta gestione della politica dei prezzi e le tecniche di vendita nel settore, sono solo alcune delle strategie esaminate all ' interno del volume. Nell ' ultima parte, il libro tratta la nascita di una rete sistemica nel settore turistico, fattore fondamentale per lo sviluppo di un turismo integrato di qualit à , e illustra la centralit à del processo di leadership, strumento in grado di creare aziende dinamiche, competitive e con un ' immagine consolidata nel mercato, offline e online.

L ' affollamento di pensieri fa contrarre i muscoli e impedisce alle donne e agli uomini di essere imperturbabili ed efficienti come 007. Liberarsi dallo stress è come guarire da una malattia mortale: grazie a questa convinzione nasce questo manualetto da tenere sempre a portata di mano. Zittire la mente e ottenere la serenit à originaria è possibile grazie a semplici e brevi tecniche da applicare anche mentre si sta aspettando l ' autobus. Lo stress è sempre in agguato e quando arriva, prepotente e all ' improvviso, si è colti impreparati. L ' utile "pronto soccorso" contenuto nel manuale suggerisce delle semplici tecniche per controllare l ' ansia e gli improvvisi attacchi di panico. Un libretto da e per vivere, perch é quando il messaggio sar à arrivato nella profondità à del cervello, allora la vita cambier à .

V is for Vulnerable by Seth Godin is a full-color ABC book for grown-ups, with a powerful message about doing great work. V is for Vulnerable looks and feels like a classic picture book. But it's not for kids, it's for hardworking adults. It highlights twenty-six of Seth Godin's principles about treating your work as a form of art, with illustrations by acclaimed cartoonist Hugh MacLeod. A sample: A is for Anxiety, which is experiencing failure in advance. Tell yourself enough vivid stories about the worst possible outcome and you'll soon come to believe them. Worry is not preparation, and anxiety doesn't make you better. F is for Feedback, which can be either a crutch or a weapon. Use it to make your work smaller, safer, and more likely to please everyone (and fail in the long run). Or use it as a lever to further push you to embrace what you fear and what you're capable of. This is unlike any previous Godin book and makes a great gift, both for loyal fans and those who've never read him before. Seth Godin is the author of thirteen international bestsellers that have changed the way people think about marketing, the ways ideas spread, leadership and change including Permission Marketing, Purple Cow, All Marketers are Liars, The Dip and Tribes. He is the CEO of Squidoo.com and a very popular lecturer. His blog, www.sethgodin.typepad.com, is the most influential business blog in the world, and consistently one of the 100 most popular blogs on any subject.

Oltre il passaparola: rendere memorabili brand e startup

We Are All Weird

Il Management dell'impresa alberghiera

Trasformare le idee in opportunit à di business. Errori da evitare e strategie da seguire

e-Commerce

Farsi notare (e fare fortuna) in un mondo tutto marrone

Come Valorizzare, Commercializzare e Rendere Affascinante la Tua Casa in Vendita per Attirare un Maggior Numero di Acquirenti

Gli influencer sono le figure pi ù emblematiche di quest'epoca di comunicazioni social. Ma fra chi li odia, chi li incensa e chi cerca di sfruttarli, quanti possono dire di aver capito davvero questo fenomeno? Eppure, che sia per interesse personale, perché sono entrati a far parte della strategia di marketing della nostra azienda o perché vogliamo noi stessi intraprendere la via delle digital PR, capire gli influencer, valutare i loro ù numeri e la loro attività e sapere come utilizzarla efficacemente in una strategia di comunicazione sono ormai diventate abilità chiave. In questa edizione aggiornata e parzialmente riscritta per tenere il passo con uno dei panorami professionali e sociali in pi ù rapido mutamento, Condividi et impera#Reloaded ci guida alla scoperta di come funzionano le relazioni interpersonali online, ci spiega cosa sono le digital PR (e perché non si possono equiparare alla pubblicità tradizionale) e ci dà gli strumenti per affrontare nel modo migliore la gestione della reputazione online.

INSTANT BOOK BRIEFS: INSTANT BOOKS BRIEFS sono riassunti online in formato Ebook, Cartaceo o Audio, che permettono, in modo rapido e istantaneo, di aggiornare e implementare le proprie conoscenze, ottimizzando il proprio tempo e aumentando la produttività e il tempo libero. Aumentare il volume di informazioni che assumiamo, filtrando solo ciò che è utile ed essenziale ai nostri fini e scartare così ciò che è ridondante e ripetuto. Ci permette di ridurre il tempo dedicato all'assimilazione ma aumentando esponenzialmente la mole di conoscenza in entrata. Efficacia e concisione che derivano dallo stesso significato del verbo to brief, riassumere. INSTANT BOOKS BRIEFS seleziona accuratamente, tra le migliaia di libri pubblicati ogni anno, solo i migliori Best Seller riconosciuti nella loro categoria di appartenenza, preparando per ognuno di questi testi un Book Brief: una presentazione dei contenuti, un sunto dei concetti chiave e delle principali idee e principi che lo compongono, uno strumento efficace e rapido di conoscenza selezionata della migliore qualità, per fare un balzo in avanti nella tua crescita personale. Ottimizzare il tempo, risparmiare centinaia di ore di lettura, aumentare la produttività, memorizzare nuove idee chiave. Questi sono solo alcuni dei benefici di Istant Book BRIEFS. SINOSSI: Il concetto alla base di Mucca Viola deriva da un viaggio che l'autore, Seth Godin, fece con la sua famiglia in Francia molti anni fa. Per i primi venti minuti di viaggio in campagna, tutta la famiglia è rimasta colpita dalla bellezza del paesaggio e dalla magnificenza delle innumerevoli mucche bianche e brune che punteggiavano la campagna. In venti minuti, però, le mucche sono diventate parte dello sfondo, senza che valesse la pena essere più menzionate. Anche la "migliore" mucca marrone vista pi ù tardi nel corso del viaggio non era degna di essere menzionata. MA. Come suggerisce Godin, se all'improvviso fosse sbucata tra tutte quelle mucche, una mucca viola... sarebbe valsa la pena di parlarne. L'abbiamo sperimentato tutti, ne sono sicuro - qualcosa di nuovo cattura la nostra attenzione ed è così unico, così notevole che non possiamo fare a meno di concentrarci su di esso, non possiamo fare a meno di parlarne. Mucca Viola si occupa di ricreare quella sensazione di "questo-è-degno di nota" con i nostri prodotti, servizi o azienda. Si tratta di creare qualcosa di veramente degno di nota, qualcosa che faccia sì che le persone si siedano e ascoltino... e poi condividano automaticamente ciò che hanno scoperto con i loro amici. Buona lettura o buon ascolto.

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

Dalle istruzioni per personalizzare il vostro profilo ai consigli per scegliere il meglio di Twitter in un microlibro geniale e irriverente.

La strategia di comunicazione nell'era digitale

Rock'n'Blog

La tentazione dell'oblio. Vuoi subire o costruire la tua identità digitale?

Web Monster & Conversational Marketing. Come Trasformare la Tua Impresa in un Successo. (Ebook Italiano - Anteprima Gratis)

Progettare e realizzare un negozio online di successo

L'arte di promuovere e vendere se stessi online

Condivide et impera #reloaded

Un marketing di cui andare fieri. Con i suoi libri Seth Godin ha ispirato milioni di lettori, professionisti, imprenditori e appassionati di marketing. Oggi racchiude il cuore della sua visione in un manifesto fresco, rigoroso e diretto. "Il marketing è tutto intorno a noi" dice Godin "ed è ora di farne un uso migliore." È ora di smetterla di usare i consumatori per risolvere i problemi della propria azienda e di cominciare a usare il marketing per risolvere i problemi della gente. È ora di smetterla di raccontare frottole, inondare di spam le caselle di posta dei clienti e sentirsi in colpa per il proprio lavoro. È ora di smetterla di confondere le metriche dei social media con le autentiche relazioni. È ora di smetterla di spendere soldi per rubare un minuto di attenzione al cliente. Fare marketing vuol dire migliorare il mondo. Il vero marketing affonda le sue radici nella generosità, nell'empatia e nella partecipazione emotiva. Fare buon marketing significa identificare la pi ù piccola nicchia di mercato capace di sostenere il proprio business. Costruire fiducia e consenso. Adottare le narrazioni già in uso tra i propri clienti.

Trovare il coraggio di creare e alleviare la tensione. E soprattutto dare agli altri strumenti, storie e percorsi che li aiutino a raggiungere i propri obiettivi.

Come aumentare le prenotazioni con un'immagine che parla alla mente e al cuore dei tuoi ospiti

Promuovere, sedurre e vendere con i contenuti

Personal branding e reputazione online

Strategie di acquisizione e fidelizzazione della clientela

The Rise of Tribes and the End of Normal

Una sfida a 5 stelle

V Is for Vulnerable