

# Indice

---

<b>Autori</b> .....	IX
<b>Introduzione</b> .....	1
Cosa ho imparato negli ultimi anni in tema di marketing digitale	1
1. Farsi accettare prima di interagire.....	4
2. Essere (sempre) onesti, veritieri e corretti .....	4
3. Veloci senza essere impulsivi: non sempre si possono correggere gli errori .....	5
4. L'aspetto critico non è saper usare la tecnologia ma la regia complessiva dei diversi media.....	6
5. Più che comunicare è importante saper raccontare: lo storytelling è l'anima del marketing on line .....	7
<b>1. Come Cambia.</b>	
<b>Introduzione al contesto digitale</b> .....	9
1.1. L'evoluzione del contesto digitale.....	9
1.1.1. Sommersi dalle informazioni.....	13
1.1.2. Una rete di conversazioni .....	17
1.1.3. Tutto in tempo reale.....	19
1.2. Un nuovo paradigma di comunicazione .....	21
1.2.1. La screen generation.....	21
1.2.2. Il multitasking .....	23
1.2.3. Un popolo di influenzatori e reporter .....	25
1.2.4. Oltre la comunicazione: la co-creazione e la mass customisation.....	26

1.3. Il nuovo consumatore .....	30
1.3.1. Aumenta la consapevolezza.....	30
1.3.2. Tutto e subito .....	31
1.3.3. Un passaparola e molte finalità .....	33
1.3.4. I nativi digitali .....	35
<b>2. Cosa Cambia.</b>	
<b>Le strategie di Marketing Digitale .....</b>	<b>39</b>
2.1. Fare Marketing Digitale.....	39
2.1.1. La ricchezza dei dati .....	39
2.1.2. La rapidità .....	42
2.1.3. La centralità dei contenuti .....	44
2.1.4. L'interazione per favorire il coinvolgimento.....	53
2.1.5. L'integrazione fra off- e on-line .....	59
2.2. La strategia di Marketing Digitale.....	65
2.3. Il Piano di Marketing Digitale .....	70
2.3.1. La fase di analisi.....	70
2.3.2. La fase strategica.....	72
2.3.3. La fase operativa .....	73
2.4. La misurazione .....	75
2.4.1. Monitoraggio del traffico .....	75
2.4.2. Metriche per l'efficienza.....	75
2.4.3. Profilazione degli utenti .....	76
2.4.4. Interazioni sociali.....	76
2.4.5. Performance di vendita online.....	77
<b>3. Dove Cambia.</b>	
<b>I canali e le piattaforme digitali .....</b>	<b>81</b>
3.1. Search Engine Marketing.....	83
3.1.1. SEO - Search Engine Optimisation .....	85
3.1.2. SEM a pagamento .....	88
3.2. E-Mail Marketing .....	93
3.3. Affiliate Marketing .....	97
3.4. Social Media.....	102
3.5. Mobile Marketing.....	112
3.6. e-PR .....	119

<b>Conclusioni. Un nuovo tipo di marketing: chi se ne deve occupare?.....</b>	<b>131</b>
<b>Ringraziamenti.....</b>	<b>135</b>