

Eventi & Novità Sugli scaffali

Manuali Nuove tecniche di Social media marketing

Scritto da Antonio Ferrandina e Roberto Zarriello, il libro accompagna alla scoperta degli strumenti per fare business sulle piattaforme di networking

Non si fa che ripeterlo. Fare business con i social network è diventata oggi una necessità per qualsiasi azienda, grande o piccola che sia. Ciò che risulta però evidente è che non tutti sono in possesso del know how adeguato al giusto e più proficuo utilizzo di questi potenti strumenti di comunicazione. Ecco come un libro come "Social Media Marketing. Una guida per i nuovi Comunicatori Digitali" (FrancoAngeli, 112 pagine, 15,00 euro) può diventare utile per comprendere non solo le potenzialità dello strumento che vive online, ma anche il come utilizzarlo per sviluppare una relazione forte con i clienti e per offrire un servizio di assistenza post-vendita efficace, continuo e immediato. Scritto a quattro mani da Antonio Ferrandina - esperto di marketing e pianificazione strategica

nonché docente di marketing presso la LUISS Business School di Roma - e Roberto Zarriello - consulente ed esperto di social media e insegnante al corso di "Scrittura e giornalismo per il web" nel Master in Nuovi Media presso l'Università di Foggia -, la guida spazia da definizioni basilari su cosa sono il marketing online e il social

media marketing, fino a fornire suggerimenti concreti e pratici per impadronirsi degli strumenti utili a ideare e realizzare un progetto di comunicazione sulle piattaforme di networking. Partendo dal presupposto che le nuove tecnologie hanno cambiato le regole del marketing e della comunicazione, ma anche la società in cui viviamo e noi stessi, i due autori hanno voluto con questo libro accompagnare i nuovi comunicatori in un viaggio tra gli orizzonti determinati dal digitale.



Tra teoria e pratica

Il libro "Social Media Marketing" spazia da utili definizioni di base fino alla presentazione di concreti casi di successo