

NUOVI MEDIA ANTONIO FERRANDINA E IL PUGLIESE ROBERTO ZARRIELLO FANNO IL PUNTO DELL'APPROCCIO DIGITALE ALLA LETTURA

Quando comunicare è meglio che parlare

Cambia il mondo della scrittura: come le parole si adeguano alla «grande rete»

di VALENTINA NUZZACI

G iornalista, studioso ed esperto di nuovi media e cultura digitale, il foggiano Roberto Zarriello è laureato in Scienze Politiche a Bari con una tesi sulla comunicazione politica. Docente di web writing, editoria e multimedialità nel Master in Nuovi Media dell'Università di Foggia-Lecce, collabora con le cattedre di Organizzazione e comunicazione degli Uffici stampa-Urp e Pianificazione media e comunicazione dello sport della facoltà di Scienze della Comunicazione della Sapienza di Roma.

Antonio Ferrandina, esperto di Marketing e pianificazione strategica, è docente di Marketing presso la Luiss Business school di Roma.

Questi dati riassumono le informazioni più

rilevanti dei due autori del libro *Social Media Marketing. Una guida per i nuovi Comunicatori Digitali*.

Un libro che si presenta in varie forme: carta stampata, e-book per Pc e Mac, e-book per iPad. I social network sono una realtà ben definita ai giorni nostri, una dimensione concreta da non sottovalutare. Le piattaforme sociali sono un terreno su cui è possibile anche far partire buoni affari economici: perché fare business sui social network è oggi una vera e propria necessità, piuttosto che un'opzione auspicabile per qualsiasi tipo di azienda sul mercato.

E questo libro illustra proprio come utilizzare la rete per sviluppare una connessione duratura con i clienti, offrendo loro anche un servizio di assistenza post-vendita in tempo reale, quindi veloce, ma soprattutto risolutivo di tutte le problematiche commerciali.

Tanti i suggerimenti da poter mettere in atto.

Nel manuale si spiega in modo chiaro cos'è il marketing on line; il social media marketing e come sfruttarlo per sviluppare il business aziendale; come organizzare una campagna di Social media e quali sono le spese da affrontare; ma soprattutto chi legge troverà una guida pratica per impadronirsi degli strumenti dei nuovi comunicatori digitali.

Tante cose sono cambiate: il mestiere dell'Ufficio stampa, a esempio. Come è cambiato il modo di comunicare sui social network; il posizionamento in rete; i costi della social communication; le agenzie di comunicazione; la crossmedialità. Perché i nuovi strumenti tecnologici hanno trasformato le leggi del marketing e della comunicazione, ma anche la società stessa.

● *Social Media Marketing. Una guida per i nuovi comunicatori digitali* di Ferrandina e Zarriello (Franco Angeli ed., 112 pagg. euro 15).

