

DIGITAL REPUTATION MANAGEMENT

Prezzo: **Prezzo di listino**
22,00 € **Prezzo a te riservato**
20,90 €

| | |
|--------------------|-----------------------------|
| Codice | 9788891616425 |
| Tipologia | Libri |
| Data pubblicazione | 13 giu 2016 |
| Reparto | LIBRI |
| Autore | Lampignano Sebastiano Paolo |
| Editore | Maggioli |

Descrizione

Mai come oggi la gestione della reputazione è stata importante per un'azienda: il mondo digitale collassa tempo e spazio, la velocità di diffusione delle critiche rischia di annullare qualsiasi difesa, la risposta maldestra a una crisi può rivelarsi estremamente costosa.

Una buona proiezione pubblica produce un vantaggio competitivo, solido e duraturo. Per una efficace gestione della reputazione non è sufficiente conoscere e utilizzare le soluzioni tecniche di SEO, SEM o Social CRM; è necessaria una strategia di comunicazione complessiva e consapevole.

A partire dai processi semiotici coinvolti nella reputazione, in questo libro si propone uno schema operativo, il Digital Reputation Management - Life Cycle, attraverso il quale organizzare l'insieme delle attività e delle professionalità richieste per la costruzione e difesa della percezione pubblica. Completano il volume testimonianze e riflessioni di professionisti, manager, imprenditori del settore e docenti universitari.

Percorsi di lettura – Istruzioni per l'uso

Introduzione di Flavia Marzano

Weputation manifest

Capitolo 1 – Dentro la reputazione

1.1 Reputazione e credenza

1.2 La lesione della reputazione

1.3 Processi sociali, reputazione e web reputation

Capitolo 2 – La reputazione come strategia permanente di marketing

2.1 La crisi della pubblicità

2.2 Marketing indiretto e comportamenti quotidiani

2.3 Differenze tra immagine e reputazione

2.4 La diffamazione

(S)Punti di Contatto – Annamaria Testa

Capitolo 3 – Anatomia di un caso famoso

3.1 “Come fare cose con le parole”- quasi una profezia

3.2 Il caso Mosaico Arredamenti

3.3 Quel che resta sul web della storia

Capitolo 4 – Reputation e digital marketing

4.1 SEO – Search engine optimization

4.2 SEM - Search Engine Marketing

4.3 Note: differenze tra SEO e SEM

4.4 Social CRM

4.5 E-mail marketing

(S)Punti di Contatto – Claudio Zamboni

Capitolo 5 – Professional team e livelli di progettazione

5.1 Management Team

5.1.1 Reputation Manager

5.1.2 Reputation Strategist

5.1.3 Reputation Supervisor - Director

5.2 Livelli di progettazione

Capitolo 6 – Semiotica della reputazione

6.1 Reputation Storytelling Overview

6.2 Reputation intelligence overview

(S)Punti di Contatto – Paolo Peverini

Capitolo 7 – Reputation management - Life cycle

7.1 Modello generale di riferimento

7.2 Servizi e progetti collegati

7.3 Ri/Conoscere

7.4 Costruire

7.5 Gestire

7.6 Ricostruire

(S)Punti di Contatto – Luca Scagliarini

Capitolo 8 – Nuove sfide e proposte

8.1 Dalla Sentiment Analysis alla Passion Analysis

8.2 Reputation e Privacy

8.3 Reputazione, identità e sicurezza

(S)Punti di Contatto – Franco Fiumara

8.4 Lasciare un feedback ed essere denunciati

8.5 Per un nuovo sistema giuridico del mondo digitale

Appendice – Pillole Semiotiche

Bibliografia

Rimaniamo a disposizione per qualsiasi ulteriore chiarimento allo 0461.232337 o 0461.980546
oppure via mail a : servizioclienti@libriprofessionali.it

www.LibriProfessionali.it è un sito di Scala snc Via Solteri, 74 38121 Trento (Tn) P.Iva 01534230220

