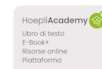


DIGITAL STRATEGY Il posizionamento sui canali digitali e la trasformazione delle vendite

Prezzo: **Regular Price**
34,90 € **Special Price**
33,16 €



ANDREA CIOFFI
**DIGITAL
STRATEGY**
LA TRASFORMAZIONE
DELLE VENDITE,
TRA POSIZIONAMENTO
DIGITALE E NUOVE
OPPORTUNITÀ



HOEPLI

Codice	9788836014675
Tipologia	Libri
Data pubblicazione	1 apr 2024
Reparto	Economia, LIBRI
Autore	Cioffi Andrea
Editore	Hoepli

Descrizione

Studiare i metodi e i processi per migliorare il posizionamento di un'impresa sui canali digitali è un obiettivo fondamentale per tutte le aziende ed è diventato un oggetto di studio importante nei corsi universitari a matrice economica.

Digital Strategy risponde a questa esigenza affrontando in modo completo il tema della strategia digitale secondo la prospettiva del marketing, della comunicazione e delle vendite, e offrendo gli strumenti per un presidio efficace dei canali digitali.

Il libro è diviso in quattro parti: la prima si focalizza sui principali trend che caratterizzano l'economia digitale e che possono avere un impatto sulla formulazione di una strategia. Un'attenzione particolare è dedicata al concetto di customer journey descritto nelle sue principali evoluzioni nel corso del tempo.

La seconda e la terza parte sono invece dedicate al posizionamento comunicativo e descrivono, attraverso l'analisi di casi studio di imprese di diversi settori, le metodologie e le tecnologie per posizionare l'impresa nella mente del consumatore. Sono qui trattati temi come il nucleo strategico di impresa, i fattori critici di successo, il business model canvas, le buyer personas, la Jobs Theory, la matrice di posizionamento comunicativo, la strategia di contenuto, il ruolo della SEO e la misurazione delle performance.

Infine, la quarta parte affronta il tema dell'evoluzione del contesto di consumo e illustra come rendere più efficace la vendita nei confronti di consumatori sempre più digitalizzati. In questa sezione entrano in gioco temi come la metodologia dell'inbound sales a supporto della trasformazione delle vendite, cenni di neuromarketing e i risvolti organizzativi che è necessario prendere in considerazione per far evolvere la funzione deputata alle vendite.

INDICE

Prefazione. Introduzione. La strategia di trasformazione digitale delle imprese: La dimensione trasformativa della strategia - Digital economy e digital transformation: i trend evolutivi - Modelli di consumo e customer journey. La formulazione di una strategia per il posizionamento efficace sui canali digitali: La formalizzazione del nucleo strategico di impresa - La definizione dei fattori critici di successo - Il Business Model Canvas Comunicativo - Il Business Model Canvas Comunicativo per l'employer branding - La definizione del target - La definizione del posizionamento comunicativo - La definizione di una content strategy - Il ruolo della SEO - La misurazione delle performance a supporto del posizionamento aziendale sui canali digitali. L'attuazione di una strategia per il posizionamento efficace sui canali digitali: La predisposizione di una campagna comunicativa di tipo inbound - Le tecniche di scrittura in logica SEO - L'impiego della marketing automation e della strategia di nurturing dei lead - La declinazione di una campagna inbound sui social media: il piano editoriale - Le tecniche per il marketing conversazionale - Il reporting a supporto del processo decisionale. Sales transformation: metodologie, tecnologie e competenze: La rilevanza della sales transformation e la metodologia inbound sales - La metodologia inbound sales: le fasi

attuative - La dimensione organizzativa a supporto della sales transformation.

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

