

# STRATEGIA DIGITALE PER LE PMI

Prezzo: **Regular Price**  
**16,00 €** **Special Price**  
**15,20 €**



Codice	9788891649829
Tipologia	Libri
Data pubblicazione	28 gen 2022
Reparto	Economia, LIBRI
Autore	Lomaestro Greta
Editore	Maggioli

## Descrizione

---

Fare comunicazione digitale deve essere necessariamente qualcosa di complesso e dispendioso?

L'autrice parte da questa domanda, volutamente provocatoria, per guidarci a esplorare il mondo della presenza online delle piccolissime, piccole e medie imprese.

Migliorare la propria visibilità sul web e fare digital marketing, infatti, è possibile anche in modo semplice e con costi alla portata delle PMI.

Lo scopo di questo libro è dimostrarvi come e con quali strumenti.

Prefazione

Introduzione

Capitolo 1 – Grado di digitalizzazione delle PMI italiane

1.1 L'acceleratore Covid-19

1.2 Digitale e impresa, un rapporto ancora da migliorare

1.3 Stato dell'arte delle piccole e medie imprese a fine 2020

Capitolo 2 – I primi passi: contesto, target, canali e tono di voce

2.1 Il contesto

2.2 La scelta dei canali e il tono di voce

Capitolo 3 – Analisi degli asset esistenti: valorizzare, integrare, eliminare

3.1 Raccolta degli asset esistenti: come strutturarla, cosa e dove cercare

3.2 Come si muove il settore e cosa fanno i competitor

3.3 Fase osservativa dell'analisi: mappare ogni canale esistente

3.4 Fase attiva dell'analisi: prendere decisioni in base agli obiettivi

3.5 Strategie diverse per obiettivi diversi: un esempio

Capitolo 4 – Operatività e risorse utili: attività e strumenti

4.1 Concetti e strumenti semplici per il Social Media Marketing

Social Media Marketing per le PMI: 5 consigli per iniziare

Le figure del Social Media Marketing

La scelta dei canali per le PMI: carrellata di piattaforme social

Creare una community attiva: moderazione e interazione

Strumenti di creazione del contenuto

Strumenti di gestione e programmazione

Strumenti di programmazione interni

Strumenti di reportistica Social

Perché fare campagne paid sui Social

4.2 Concetti e strumenti semplici per Digital PR e contenuti

Quali attività sono comprese sotto il cappello delle Digital PR

Digital PR VS Link Building: differenze e analogie oggi

Strategia di contenuti per le pubblicazioni esterne

Strategia di contenuti interni: il blog aziendale

Raccolta della rassegna stampa digitale

4.3 Concetti e strumenti semplici per gli eventi

La forza dell'evento come leva di marketing digitale

Come organizzare un evento digitale: webinar e dirette Social

4.4 Concetti e strumenti semplici per l'e-mail marketing

Cos'è l'e-mail marketing e quali tipologie di messaggi si possono inviare

Creare una mailing list e gestirla correttamente

E-mail marketing: strumenti e tempistiche

Dati e metriche dell'e-mail marketing

4.5 Concetti e strumenti semplici per l'analisi dei KPI

Cosa sono i KPI

KPI: perché non ha senso cambiarli in corsa

Approcci e metodi diversi

Analisi dell'andamento di un progetto: esempi

4.6 Concetti e strumenti semplici per l'auto-formazione

Corsi e certificazioni su Social Media e Digital

Risorse e fonti per il digital in generale

Capitolo 5 – Strategia digital per PMI vs Grande Marchio: differenze e sfide

PMI VS grande brand: sì, ma il budget?

Conclusioni: quali risultati aspettarsi?

Glossario

L'autrice

Rimaniamo a disposizione per qualsiasi ulteriore chiarimento allo 0461.232337 o 0461.980546  
oppure via mail a : [servizioclienti@libriprofessionali.it](mailto:servizioclienti@libriprofessionali.it)  
www.LibriProfessionali.it è un sito di Scala snc Via Solteri, 74 38121 Trento (Tn) P.Iva 01534230220

