

Comunicazione low cost dai biglietti da visita al Web

Introduzione

Ringraziamenti

1. L'ABC del Marketing: come rendere unico il proprio prodotto o servizio
 1. La *unique selling proposition*
 2. Differenziare il proprio prodotto o servizio
 3. Brand: costruire la marca
 4. "Simply Better": fare bene le cose di base
 5. Cosa significa segmentare

2. Come impostare le basi della comunicazione
 1. Come scegliere un nome vincente per la propria azienda o prodotto
 2. Trovare uno slogan efficace
 3. Come definire i colori aziendali
 4. Quale carattere tipografico?
 5. Soluzioni low cost per progettare e realizzare il logo aziendale

3. Come realizzare materiali stampati efficaci a budget contenuto
 1. "Design for non-designers": elementi di grafica
 2. Come scrivere contenuti scorrevoli e interessanti
 - 2.1 Gli stili da evitare
 - 2.2 Usare o no termini tecnici o gergali?
 - 2.3 Come creare e mantenere l'interesse del lettore: le 4 "C"
 - 2.4 Come utilizzare dati e statistiche per dare concretezza ai contenuti scritti
 3. Biglietti da visita: carta, grafica, carattere
 4. Depliant cartacei e ebook: obiettivo vendere!
 5. Etichette e packaging vincenti

4. Come realizzare da sè il sito aziendale
 1. La funzione del sito: manuale, non solo vetrina
 2. Chi visita il sito? Ragionare sul profilo del visitatore
 3. Tecnologia, grafica, contenuto
 4. Sistemi gratuiti o low cost per realizzare da sè il sito
 5. Contenuti efficaci: come rendere "vivo" il sito
 - 5.1 Incorporare presentazioni e screencast
 - 5.2 Realizzare e ottimizzare i propri video
 - 5.3 Podcast e audio
 - 5.4 "White paper": contenuti utili e informativi
 - 5.5 I casi aziendali, esempi di successo
 - 5.6 Stimolare l'interattività: forum e blog
 - 5.7 Altri modi per vivacizzare il sito

5. Come sfruttare al meglio Internet nella comunicazione
 1. Analizzare le statistiche per migliorare il sito
 2. Web Marketing semplice e low budget

- 2.1 Come aiutare i motori di ricerca a trovare il nostro sito: la SEO (*search engine optimization*)
- 2.2 La pubblicità sui motori di ricerca: SEM (*search engine marketing*)
- 2.3 Email marketing: tenere i contatti con i clienti tramite email e newsletter
- 2.4 E-commerce: il web come canale di vendita e strumento di comunicazione
3. Social media e comunicazione: obiettivi pratici e casi di successo
 - 3.1 Facebook
 - 3.2 Twitter
 - 3.3 Ascoltare le conversazioni online e monitorare la propria reputazione
6. Le relazioni con la stampa e gli eventi ai tempi di Internet.
 1. Creare un database di giornalisti
 2. Come scrivere un comunicato stampa
 3. Gli eventi: idee per promuovere e creare interesse