

LIBRI

**MARKETING PASSAPAROLA**

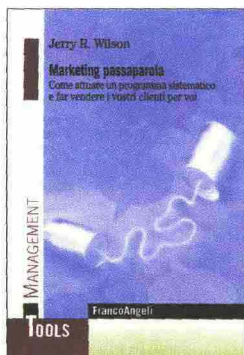
Come attuare un programma sistematico e far vendere i vostri clienti per voi

di **Jerry R. Wilson**

FRANCOANGELI EDITORE

PAG. 288 PREZZO 25,00 EURO

Il testo di Wilson descrive un approccio sistematico al controllo di ciò che le persone dicono riguardo a marchi e prodotti, illustrando una serie di tecniche e strumenti facilmente integrabili in un piano di marketing a breve e a lungo termine. Lo scopo dell'autore è provare che è possibile utilizzare e dirigere le forze della 'vox populi', e mostra come ciò sia più semplice di quanto si possa immaginare. Il presupposto è che, per quanto efficaci possano essere le campagne pubblicitarie, in larga misura le impressioni delle persone su un certo prodotto o servizio sono basate su quanto



hanno sentito dire da altri. È il potere del 'fattore discorso', dinamico strumento di marketing che, se ben utilizzato, può portare i consumatori soddisfatti a vendere per conto dell'azienda. Il volume contiene gli insegnamenti su come anticipare le voci negative e bloccarle prima che danneggino, e su come lanciare un nuovo prodotto o servizio nel modo migliore.

COMUNICARE, UN SUCCESSO!

La cassetta degli attrezzi per lavorare nel mondo della comunicazione e dell'informazione

di **Igor Righetti**

UTET UNIVERSITÀ

PAG. 340 PREZZO 19,00 EURO

Un libro che ha la forma del workshop e che si concentra sugli aspetti pratici, sui trucchi del mestiere, sui mille piccoli consigli che sono il pane quotidiano di chi lavora nella comunicazione a tutti i livelli: dal giornalismo all'ufficio stampa, dall'autore al conduttore radiotelevisivo, dal marketing alle relazioni pubbliche, dal creativo fino all'organizzatore di eventi. Igor Righetti, giornalista professionista, autore e conduttore radiotelevisivo, e docente di teoria e tecnica del linguaggio radiotelevisivo all'Università di Roma Tor Vergata, ha aperto il volume ai contributi di 47 professionisti del settore. Il lettore può così mettere a confronto le varie esperienze, cogliere i diversi punti di vista e afferrare le molteplici tecniche che caratterizzano il mestiere. Anche perché, come dice Righetti: "Oggi comunicare è alla base, ma chi è all'altezza?".

SOCIAL MEDIA E COMUNICAZIONE DI MARKETING

Pianificare e gestire le attività di marketing e comunicazione nell'era del web 2.0

di **Alessandro Prunesti**

FRANCOANGELI EDITORE

PAG. 192 PREZZO 23,00 EURO

Lo sviluppo di internet e la crescente diffusione delle sue applicazioni stanno generando, in questi ultimi anni, un nuovo approccio di tipo partecipativo alla comunicazione, dove ai contenuti tradizionali si sovrappongono quelli creati, diffusi e condivisi dagli stessi utenti, in base a nuove regole di appartenenza sociale. Un mercato sempre più competitivo e frazionato necessita di aziende capaci di comprendere questi cambiamenti, di ideare strategie di marketing e comunicazione che rispondano rapidamente a una pluralità di consumatori sempre più esigenti e consapevoli del proprio ruolo nella società. Il volume di Alessandro Prunesti, ricco di case history e consigli operativi, descrive le più innovative strategie di marketing e comunicazione che possono essere ideate, pianificate e gestite attraverso l'uso dei social media e delle tecnologie legate al web 2.0.



CONVEGNI

**WORLD RETAIL CONGRESS, APPUNTAMENTO A BERLINO - DAL 21 AL 23 APRILE 2010**

Giunto alla quarta edizione, il World Retail Congress riunisce annualmente i protagonisti della scena retail a livello internazionale. L'appuntamento, per quest'anno, è fissato in Germania, a Berlino, dal 21 al 23 aprile. Il meeting si configura come un importante momento di confronto e discussione sulle tendenze che caratterizzano il settore, per mettere a fuoco le principali sfide da affrontare. Il convegno è anche l'occasione per l'assegnazione del World Retail Awards, il riconoscimento che, attribuendo particolare importanza agli aspetti dell'innovazione e della creatività, premia le migliori espressioni dell'industria retail a livello internazionale. Per maggiori informazioni consultare il sito www.worldretailcongress.com.