

SOCIAL MEDIA E COMUNICAZIONE DI MARKETING

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

Alessandro Prunesti - **Franco Angeli** Editore - pag. 192 - 23,00 Euro.

Il passato del marketing è colmo di annunci e di strategie innovative per così dire "rivoluzionarie", mostrate come quelle risolutive capaci di conquistare il consumatore sempre più attento e sempre più difficilmente soggetto a farsi profilare secondo modelli comportamentali predefiniti.

La continua proclamazione del "nuovo" da parte degli addetti al settore unita con la crisi in cui versa, ai giorni d'oggi, il marketing può provocare un ambiente dove diventa arduo accorgersi quando qualcosa di veramente innovativo si sta manifestando.

Risulta, pertanto, naturale che ci si domandi sulla reale portata a carattere innovativo del Web Marketing e nello specifico del Social Media Marketing e sulle loro possibilità di portare un nuovo modo di fare comunicazione aziendale. Per rendersi davvero conto dell'effettivo cambiamento, che una nuova forma di comunicazione è in grado di apportare, bisogna fare un successivo sforzo, e porsi verso l'assunzione di un punto di vista che consenta di osservare i nuovi approcci su un arco temporale più ampio. L'approccio del volume è di fornire una sintesi discrezionale dei processi da cui le nuove forme della comunicazione aziendale e del marketing traggono i propri fondamenti.

Nel libro si evidenzia, come i Social Media, e le tecnologie legate al Social Networking, non sono solo nuovi canali che l'impresa possa utilizzare, possibilmente in maniera integrata insieme con quelli tradizionali, ma rappresentano, l'affer-

mazione di un vero e proprio mutamento destinato a migliorare la comunicazione aziendale per come essa è stata progettata sino a oggi.

Una vera trasformazione che rappresenta, per l'autore, una rivoluzione sia nelle forme, sia nei modi di relazionarsi all'interno di un contesto sociale. Cambiamenti, questi, che hanno inevitabilmente interessato anche i comportamenti d'acquisto degli stessi consumatori.

Di facile e scorrevole lettura il testo si rivolge ai professionisti del settore e per chi intende accrescere le proprie specifiche conoscenze in materia di strategie di marketing e di comunicazione aziendale.



Comunicare
... ergo sum



Sarò Breve



Organizzare
eventi aziendali



Scrivere.
Una fatica nera.



La piccola libreria di Deus Editore

www.miabbono.com/deus