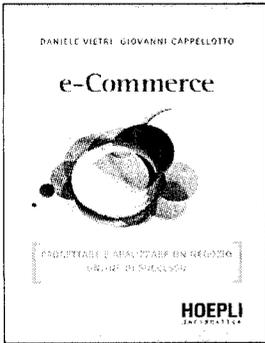
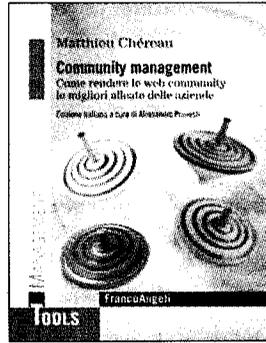


# Strumenti di lavoro



**Autori** - Daniele Vietri - Giovanni Cappellotto  
**Titolo** - *e-COMMERCE - Progettare e realizzare un negozio online di successo*  
**Casa editrice** - Hoepli editore, 2011, pagg. 418  
**Prezzo** - Euro 29,90  
**Argomento** - È un libro per certi versi insolito, ma dà la misura del tempo che stiamo vivendo, perché dimostra come la crescente pervasività di Internet nella nostra vita sta en-



**Autore** - Matthieu Chéreau  
**Titolo** - *COMMUNITY MANAGEMENT - Come rendere le web community le migliori alleate delle aziende*  
**Casa editrice** - Franco Angeli editore, 2011, pagg. 160  
**Prezzo** - Euro 23  
**Argomento** - Nella premessa all'edizione italiana del libro, curata da Alessandro Prunesti, vi è la citazione di Craig Barrett, ex ceo di Intel, secondo il quale «Internet sarà per l'economia del XXI secolo ciò che la benzina è stata per quella del XX». Questa ipotesi conferma la proliferazione delle nuove professionalità richieste e create dall'evoluzione informatica, che gradualmente sta cambiando i connotati delle organizzazioni aziendali e sociali. Questo volume è interamente dedicato alla nuova figura del community manager. Il taglio dato allo sviluppo del testo è piuttosto didattico, in quanto in ogni capitolo vi è l'elenco delle parole chiave, uno o più casi concreti, l'indicazione delle buone pratiche e un paragrafo breve che sintetizza le conclusioni. Anche al termine del libro ci sono due pagine conclusive. Il community manager interessa a priori il mondo aziendale, ma in realtà riguarda in maniera più ampia tutti i tipi di organizzazione: pubblica, privata, associativa. Le community, infatti, possono essere formate da cittadini e/o da consumatori. La chiave del successo per un'azienda oggi non risiede più nella pubblicità, ma nella sua capacità di intrattenere un dialogo con i consumatori. La nuova figura deve fare i conti con il codice dei social media, che si fonda su tre principi: essere trasparenti (etica della trasparenza), esprimersi liberamente e mai in maniera formale (fine dell'approccio top-down), privilegiare il dono per ricevere di più in cambio (il primato dell'economia del dono). Un volume come questo può legittimare un suo posto nella biblioteca professionale.

trando nel nostro abituale sistema di relazioni e di attività. Molte persone, volenti o nolenti, hanno già trasferito parte della loro vita online: la banca, la prenotazione dei viaggi e del teatro, i contatti con gli amici, l'informazione, l'intrattenimento, tra poco le pagelle scolastiche, e quindi anche gli acquisti. È crescente il numero delle persone e delle aziende, che vendono e comprano via internet, creando quello spazio negoziale che va sotto il nome di e-Commerce o commercio elettronico. Gli autori del libro sono due specialisti del settore, i quali, di fronte all'espandersi di questo fenomeno, hanno predisposto un manuale pratico, che ha come primo obiettivo quello di far conoscere i passaggi obbligati a chi desidera aprire un negozio su Internet: dall'idea all'analisi, dal prodotto alla concorrenza, dalla realizzazione all'ottimizzazione, dagli aspetti legali a quelli di gestione. Viene svolta anche una valutazione delle scelte relative a casi reali, che si sono poi rivelate profittevoli o inconcludenti. Oltre ai contenuti, il testo presenta 250 immagini, screenshot e grafici, 470 link, 30 tabelle, 170 note, 12 interviste a esperti, 14 contributi da merchant e professionisti, casi di studio. L'ambizione degli autori è che questo manuale, proprio perché tratta i fondamentali della problematica dell'e-Commerce, possa essere consultato con profitto nel tempo ed essere, comunque, aggiornato collegandosi al sito [www.libroecommerce.it](http://www.libroecommerce.it)

