

Eventi & Novità Sugli scaffali

Manuali Come fare business con applicazioni e social game

Il libro "Geolocalizzazione e mobile marketing" presenta le strategie per vincere nel mondo dell'anytime, anywhere

Location Based Service e app possono essere strumenti molto utili alle aziende che intendono puntare su attività di marketing fondate sul principio della geolocalizzazione. E in effetti l'evoluzione e l'ampia diffusione dei dispositivi mobili - dagli smartphone ai tablet pc - sta imponendo lo sviluppo di servizi web accessibili da ogni posizione: basta un abbonamento a internet e un'antenna Gps per trasformare il cellulare in uno strumento capace di acquisire in tempo reale informazioni sui luoghi nei quali ci troviamo e condividerle con gli amici. Indiscutibile opportunità per le aziende, che adottando giusti strumenti, hanno la possibilità di raggiungere utenti in target e presentare loro i propri prodotti e servizi. Oggi, anche in Italia i Location Ba-

sed Services e le app si stanno diffondendo sfruttando al meglio il principio della geolocalizzazione e le attività di social gaming promosse con l'uso dei social network.

Il volume "Geolocalizzazione e mobile marketing. Fare business con le App e i social game" (Franco Angeli, collana Management Tools, pag. 176, 23 euro), scritto a quattro mani da Alessandro Prunesti e Fabio Lalli, vuole proprio descrivere le più innovative strategie adottate dalle

aziende che investono nel mobile marketing, dando particolare rilievo alle strategie di sviluppo delle applicazioni, dei social game e dei servizi di geolocalizzazione applicabili al marketing turistico e territoriale. Un libro estremamente utile per consulenti, imprenditori e uomini di marketing che vogliono sfruttare l'innovazione "in mobilità".



Marketing in mobilità
Il testo di Alessandro Prunesti e Fabio Lalli vuole descrivere le strategie delle aziende che scelgono di puntare sul mobile