

030
LIBRI

Un manuale che affronta la multicanalità in un'ottica di sistema, analizzandone potenzialità e meccanismi a favore del business aziendale.

Più che un libro. Una mappa per aiutare manager e imprenditori a orientarsi nel labirinto della multicanalità e incrementare il business. *Roivolution*, edito da FrancoAngeli, "nasce come un metodo di lavoro, sviluppato e affinato in dieci anni lavorando fianco a fianco con aziende, agenzie e altri colleghi, seguendo intuizioni, misurando risultati, aggiustando il tiro per migliorare l'efficacia" scrive nella premessa l'autore **Alessandro Santambrogio**, consulente di direzione, docente universitario e formatore aziendale. "Un libro che vuole essere un contributo pragmatico per tornare a guardare la comunicazione come una leva efficace di business. Sì, perché, negli ultimi anni, questa connessione così stretta si è smarrita nel labirinto della multicanalità".

Il viaggio per scoprire come usare la multicanalità tocca 12 tappe, divise in 6 sezioni, in cui le principali teorie



Roivolution, Alessandro Santambrogio, FrancoAngeli, pp 290, € 33,00



di marketing sviluppate negli ultimi vent'anni sono integrate all'interno della visione di un **Ecosistema di Comunicazione**. Quest'ultimo permette di costruire veri e propri modelli di business in cui, partendo da obiettivi e risorse, è possibile arrivare a definire i ritorni in termini di impatto sul fatturato.

Uno strumento per chi vuole comprendere i meccanismi e le opportunità offerte dai nuovi scenari e metterle al servizio dello sviluppo

della propria impresa. "Avete poco tempo? Al termine di ogni capitolo trovate i contenuti principali sintetizzati in punti chiave" spiega l'autore. "Volete applicare quello che leggete alla vostra realtà aziendale? Disseminate in ogni capitolo, troverete alcune checklist: annotate le risposte alle domande sul bloc notes o sul tablet e, al termine della lettura, avrete un piano d'azione".

Dal momento che non esistono agenzie veramente "medial neutral" in grado di proporre strategie di comunicazione sulla base dei reali obiettivi dei clienti, questo manuale fornisce un "supporto decisionale operativo scalabile per aiutare chi gestisce PMI o multinazionali a comprendere l'interconnessione tra il mondo digitale e quello fisico". Santambrogio fornisce all'interno del libro anche il proprio indirizzo mail per ricevere feedback, domande, opinioni, critiche...



Se una volta la priorità era vendere, oggi è farsi scegliere e acquistare

