



Home / Recensioni

## Digital copywriter: guida essenziale e pratica di Diego Fontana

 GIOVEDÌ, 28 SETTEMBRE 2017  LUCA VANZULLI  RECENSIONI  0 COMMENTI

Digital copywriter – pensa come un copy, agisci nel digitale – è il nuovo libro di Diego Fontana, edito da FrancoAngeli. Una guida pratica e ricca di esempi pratici pche si rivela preziosa per seguire l'evoluzione digitale di questa professione. L'input è quello di attivare un pensiero creativo ed efficace opportunamente miscelato con le competenze tecnico specialistiche imposte dalla digital transformation, dall'esigenza di omnicanalità dei media e dall'experience dell'utente finale.

Digital copywriter ed evoluzione tecnologica. Quali evoluzioni comporta una simile rivoluzione nel modo di lavorare di un copywriter? Come dare spazio alla creatività e alle idee? Come amplificare il


**Excel e VBA**

Da zero all'automation

 Massimo Zuochini

€30

Iscriviti subito!

**Analisi dei dati con le Tabelle Pivot Excel**

Da livello base ad avanzato

 Massimo Zuochini

€40

Iscriviti subito!

I NOSTRI PRODOTTI PIÙ VENDUTI

concept e l'idea in una logica multicanale? Quali strumenti utilizzare per stare al passo con la digital transformation? Che tipo di scrittura utilizzare? Tanti interrogativi per una professione in piena fase di **brand repositioning**. Se ti interessa capire meglio questi cambiamenti e trovare il giusto orientamento, il **libro di Diego Fontana – "Digital Copywriter – pensa come un copy, agisci nel digitale"** edito da **FrancoAngeli**, calza proprio a pennello.

Diego Fontana  
**#DIGITAL  
 COPYWRITER**  
 Pensa come un copy,  
 agisci nel digitale



#Digital Copywriter – copertina libro di Diego Fontana – FrancoAngeli

### Digital copywriter e digital trasformazione

È Rivoluzione Copywriter sia. La digital disruption sta cambiando pelle al tradizionale Copywriter. Siamo in piena fase di **Rebranding professionale** con diverse esigenze da soddisfare: da un lato emergono le peculiarità della tradizione e la forte propensione alla **salvaguardia della capacità di trovare insight specifici e creativi**, prevale l'essenza della Big idea e del concept da modellare secondo le esigenze dei brand. Dall'altro lato, ci troviamo a scontrarci con l'**innovazione digitale** contrassegnata dalla richiesta del mercato di nuove figure professionali specialistiche e declinazioni del copy tradizionale; stiamo parlando di web writer, content editor, storyteller, article writer, blogger. Professionisti che sono meno orientati a un'idea di creatività e più coinvolti nella **ricerca di elevare competenze tecniche di scrittura rese necessarie dalla digital trasformazione e dalla SEO**.

### Da Copywriter a Digital Copywriter: storytelling di quasi 20 anni

Il ruolo del copywriter cambia ed è sempre più digitale con tutte le sfumature del caso a secondo delle peculiarità di settori e interlocutori di riferimento. Per capire meglio cosa sta accadendo e come sta evolvendo la professione del copywriter, come detto sopra, vale sicuramente la pena

Excel - Il calcolo Tabellare - Vol 1 -  
 Nozioni fondamentali  
 €15,00



Controllo di gestione in pratica -  
 Seconda Edizione - 2017  
 €9,99



Excel - Il calcolo Tabellare - Vol 2 -  
 Matrici e formule matriciali  
 €15,00



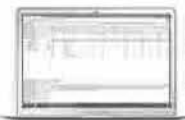
Applicazioni Aziendali Excel  
 €4,99



Tabelle Pivot Excel: analisi e  
 performance  
 €4,99



Modelli economici e finanziari in Excel  
 €5,99



Analisi di bilancio  
 Controllo di gestione  
 Bilancio Consolidato

PROVALO GRATIS!

pareto®  
 every.thing.that.matters



### BREAKING NEWS

Powered by Spidwit technology

- > Spesometro, verso una nuova proroga
- > Spesometro 2017, nuova proroga in arrivo.

leggere il nuovo libro di **Diego Fontana**, dal titolo "**#Digital Copywriter – pensa come un copy agisci come un digital**" edito da **FrancoAngeli**. L'autore narra con semplicità quello che sta avvenendo, partendo da una **storytelling del ruolo del Copywriter dagli anni 2000 ad oggi**.

Quasi 20 anni di forte cambiamenti, che hanno spazzato via punti cardini ben saldi e amplificato le opportunità dei brand di comunicare in logica omnicanale e variegata. Una vera e propria rivoluzione ed evoluzione caratterizzata da un'elevata frammentazione del ruolo del copywriter, che ha portato allo sviluppo di una miriade di società e professioni molto specializzate. L'autore si sofferma sul concetto rilevante della **centricità del cliente**, costruita su un suo modus operandi sempre più attivo a scoprire l'innovazione e a sperimentarla, forgiando nuove forme di comunicazione attraverso i social, i blog, i video, ecc.

L'obiettivo fondamentale è quello di **far emergere competenze che siano in grado di raggiungere il target utenti di riferimento**, coinvolgendoli e facendoli sentire parte di un qualcosa comune e soprattutto raccontando qualcosa che sa emozionare. Secondo Diego Fontana, "... saper lavorare sulle emozioni e sui desideri e creatività e non ha nulla a che fare con un decoro sbarazzino di layout".

### Digital copywriter: chi è cosa fa

Diego Fontana prende in esame il tema della **quotidianità della professione del Copywriter**. Il risultato è quello di tracciare un identikit finalizzato a mettere in evidenza le differenze a livello di competenze necessarie tra l'Advertising Copywriter e l'online copywriter. "**#Digital Copywriter – pensa come un copy agisci come un digital**" è un libro che ho letto davvero tutto d'un fiato sia per la mia passione per il blogging sia per la qualità del contenuto, che si rivela praticissimo e decisamente a valore aggiunto. Si percepisce, pagina dopo pagina che la **vera essenza evolutiva di un copywriter** è la capacità di trovare un linguaggio differenziante, unico e vero, che sappia generare interesse nelle persone.

“ Ricorda: il digital copywriter non è semplicemente un professionista dedicato al web. Al contrario è una persona che sa declinare idee su qualsiasi canale, salvaguardando sia il pensiero di qualità sia la peculiarità dei media. Frase tratta dal libro "**#Digital Copywriter – pensa come un copy agisci come un digital**" di Diego Fontana

### Digital copywriter: tenere viva la creatività

La terza parte del libro è dedicata al **concetto di creatività e di comunicazione**. L'autore offre una visione di diversi metodi da mettere in pratica:

- Primo metodo. "La via di Henri Poincaré".
- Secondo metodo. Le figure retoriche sono arnesi non fronzoli.

Sanzioni, cosa può cambiare Spesometro 2017, nuova proroga in arrivo. Sanzioni, cosa può cambiare – Lavorofisco.it

- > Download Modern Combat Versus gratis per PC e tablet Windows 10
- > Modern Combat Versus: lo sparattutto online multi-giocatore è ora disponibile in App Store [Video] | iSpazio
- > Forum internazionale dell'Acqua, nasce la Dichiarazione di Milano – Ambiente & Energia
- > Benzina e diesel, proseguono i rialzi
- > Raising Capital Comes Down to Trusting Your Instincts
- > Ivan Fadini entra nell'advisory board di Deus Technology

### TIMELINE DELLA SETTIMANA

- GIO, 28 SET 08:59 ● **RECENSIONI**  
Digital copywriter: guida essenziale e pratica di Diego Fontana
- MER, 27 SET 09:37 ● **NEW BUSINESS**  
Costituire società Srl online con lubenda: intervista a Giannangelo Andrea
- MER, 27 SET 07:03 ● **NEWS**  
Perché andare nelle armerie a San Marino?
- MAR, 26 SET 09:27 ● **IMPRESA**  
Informazione commerciale: big data e business investigation
- LUN, 25 SET 09:19 ● **RECENSIONI**  
Più vendite in meno tempo: gestione del tempo e innovazione
- MER, 20 SET 08:45 ● **IMPRESA**  
Visura camerale on line: informazioni commerciali e strategia di business
- MAR, 19 SET 16:47 ● **NEWS**  
Importazioni dagli USA: come approfittare del dollaro debole

### I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

- MAR, 1 APR  **IMPRESA**  
40 modelli excel gratuiti per
- VEN, 14 OTT  **IMPRESA**  
Business Plan Bar esempio
- MAR, 13 GIU  **IMPRESA**  
75 esempi in excel per il tuo

- Terzo metodo. I maestri sono martelli, brugole, cacciaviti.
- Quarto metodo. Il concept: ricominciare dalle persone

Per ciascuno dei suddetti metodi sono presenti diversi esempi ed esercizi da mettere subito in pratica.

#### Digital copywriter: competenze, media, strumenti, target utenti

Il quarto capitolo è il vero cuore pulsante del libro e tratta il **tema della scrittura**. Il focus è chiaro e ben delineato: occorre *“scrivere pensando alle persone, attraverso i media”*. La sezione si rivela un vero e proprio vademecum, ricco di consigli su criteri utili per la scrittura professionale. Il filo logico dell'autore è quello di offrire un commento libero delle regole di **David Ogilvy**. Si parla di punteggiatura, virgolette, emoji, accenti, apostrofi e della loro evoluzione interpretativa nell'era digital. Diego Fontana offre anche spunti su come costruire frasi e paragrafi, enfatizzando sui fattori naturalezza, chiarezza, semplicità, brevità. Molto interessante è poi l'analisi relativa alle **diverse modalità di scrittura** sulla base del media scelto per la diffusione del contenuto. Moltissimi i suggerimenti e i momenti di riflessione, che **aprono la mente al copywriter**.

#### Digital copywriter: materia grigia e altri tool

La quinta parte offre una carrellata di **tool utili per l'attività quotidiana per la scrittura** “on e off line” e per la grafica del contenuto, completati da diversi Tips&Tricks.

Diego Fontana, conclude con un **bonus tracks** dove mette sul piatto 5 regole da seguire per scrivere come un perfetto copywriter.

#### Conclusioni

Forse mi sono dilungato troppo nel raccontare questo libro. Il contenuto è molto ricco e ben argomentato, che piace, colpisce nel segno. Un guida pratica per gli addetti ai lavori del copywriting, ma anche un libro che si adatta a tutti, perché schiettamente e con cadenza briosa accompagna il lettore in un percorso che va dal pensiero creativo alla scrittura.

8.3

#### Summary

Diego Fontana con "Digital Copywriter" sottolinea con praticità, semplicità e chiarezza come sta evolvendo la professione del copy. Competenze, strumenti, Creatività opportunamente miscelate con un obiettivo specifico: saper raggiungere l'audience target sempre più omnicanale e farla emozionare. Un libro da leggere adatto ad addetti ai lavori ma anche agli appassionati delle trasformazioni e dei cambiamenti epocali.



RECENSIONI  
Digital  
copywriter:  
guida

GIO, 28 SET

IMPRESA

Condividere e lavorare contemporaneamente un file excel

GIO, 17 SET

RECENSIONI



Digital  
copywriter:  
guida

★★★★★



Più vendite  
in meno  
tempo:

★★★★★



Brand  
positioning  
per PMI:

★★★★★



Customer  
experience  
design:

★★★★★



Essere  
originali:  
come creare

★★★★★