

Indice

<i>Premessa</i>	pag.	7
<i>Premessa metodologica</i>	»	9
1. I tre principi su cui baso il mio lavoro	»	11
2. Piano 1-3 mesi: la preparazione del terreno	»	21
2.1. Analisi preliminare	»	21
2.2. Definizione obiettivi	»	25
2.3. Reputazione e credibilità	»	28
3. Approccio alla presenza online	»	35
3.1. Come, dove e quando	»	35
3.2. Prevenire la dispersione di budget.....	»	39
3.3. Aumentare i fatturati da (quasi) subito: l'eccezione.....	»	46
4. Fuori e dentro la rete	»	51
4.1. Supporto offline e online.....	»	51
4.2. Contatti, contatti, e ancora contatti	»	55
4.3. Sfruttare i contatti acquisiti	»	57

5. Vendere dati alla mano.....	»	65
5.1. L'imbuto.....	»	65
5.2. L'importanza di misurare	»	67
5.3. Criteri universali.....	»	71
5.3.1. La semplicità della call to action.....	»	71
5.3.2. Il senso	»	72
5.3.3. L'efficacia	»	73
5.3.4. La costanza.....	»	73
5.3.5. No all'egocentrismo e al copia incolla	»	73
6. Il messaggio che finalizza.....	»	77
6.1. Pensare fuori dal coro	»	77
6.2. Un tot di creatività	»	79
6.3. La scorciatoia	»	80
7. Case study.....	»	85
7.1. Premessa	»	85
7.2. La fase preliminare	»	87
7.3. Tutte le energie sull'obiettivo	»	89
7.4. Utilizzare i contatti acquisiti.....	»	97
7.5. Misurare le performance e correggere	»	99
7.6. Riscaldare per convertire.....	»	100
8. Tutto sotto controllo.....	»	103