

Indice generale

Introduzione	xiii
Capitolo 1 La teoria del gioco	1
Proprio come i bambini	1
La leggenda del Tangram	4
Giocatori illustri del passato	7
Il manuale in breve	10
Capitolo 2: Panoramica sulla strategia	11
Capitolo 3: Il mittente e il destinatario	11
Capitolo 4: I contenuti.....	11
Capitolo 5: I valori professionali.....	11
Capitolo 6: Le leve social	12
Capitolo 7: L'ascolto	12
Capitolo 8: Tangram al completo.....	12
Appendice	12
Capitolo 2 Panoramica sulla strategia.....	13
La definizione corretta	13
Specific	17
Measurable	17
Achievable	17
Relevant	18
Time-bound	18
Le variabili da considerare.....	19
1. Dare un nome al problema.....	23
2. Considerare tutte le possibilità.....	23
3. Creare un prototipo	24
Dentro e fuori la Rete	24
Largo all'immaginazione	29

Capitolo 3 Il mittente e il destinatario..... 33

I due triangoli grandi.....	33
1. Il triangolo: a occhi chiusi	35
2. Il quadrato: diretto e logico	36
3. Il parallelogramma: di traverso	36
Marketing a servizio.....	37
L'identikit del destinatario	42
L'importanza di una mappatura	46
Pubbliche relazioni tra reale e virtuale	50
1. Bussare prima di entrare	52
2. Trattare con esclusività.....	52
3. Dire basta agli standard.....	53
4. Retribuire l'impegno	53
5. Non darsi alla macchia	53

Capitolo 4 Il contenuto 55

Il quadrato	55
Il messaggio al centro.....	59
Saper mettere in ordine.....	64
Amici dei motori di ricerca.....	67

Capitolo 5 I valori professionali 73

Il parallelogramma	73
Gi: L'onestà e la giustizia	76
Yu: L'eroico coraggio	76
Jin: La compassione.....	76
Rei: La gentile cortesia	77
Makoto: La completa sincerità	77
Meiyo: L'onore	77
Chugi: Il dovere e la lealtà.....	77
Gli stratagemmi del mestiere	79
La vista	79
L'udito.....	80
L'olfatto.....	80
Il gusto	81
Il tatto	81
L'intuito	82
La modalità di lavoro.....	82
La leggerezza	83
La rapidità	83
L'esattezza.....	84
La visibilità	85
La molteplicità.....	86
La coerenza	87

I professionisti intorno	87
Web Account Manager	89
Web Community Manager	89
Web Content Specialist	90
Web Advertising Manager	90
Reputation Manager	90

Capitolo 6 Le leve sociali 95

I due triangoli piccoli.....	95
Blog & Microblog	96
Social Marketplace	97
Social Streams.....	97
Location	97
Wiki.....	97
Discussion & Forum	97
Business.....	97
Social Curation.....	97
Video	98
Pictures	98
Content & Documents	98
Events	98
Music	98
Leve emozionali	99
Leve razionali	100
La leva razionale.....	101
La leva emozionale.....	105
Sense Experience.....	106
Feel Experience	107
Think Experience	107
Act Experience	108
Relate Experience	108
Che cos'è lo storytelling?	109
Il primo triangolo grande: il protagonista	111
Il secondo triangolo grande: l'obiettivo	112
Il quadrato: la trama della storia.....	112
Il parallelogramma: ciò che rende la storia unica.....	113
Il primo triangolo piccolo: la variabile dello spazio	113
Il secondo triangolo piccolo: la variabile del tempo	114
Il triangolo medio: il genere narrativo	114
Il percorso delle parole.....	115

Capitolo 7 L'ascolto 121

Il triangolo medio.....	121
Ascolto del primo triangolo grande: il mittente	123
Ascolto del secondo triangolo grande: il destinatario	123
Ascolto dei triangoli piccoli: le leve sociali.....	124

La reputazione e il sentiment.....	125
Moderazione delle criticità.....	130
Tre, due, uno: azione!	135
Cappello nero: negativo	136
Cappello giallo: positivo.....	137
Cappello bianco: neutrale.....	137
Cappello rosso: emotivo	138
Cappello verde: creativo	138
Cappello blu: razionale.....	138

Capitolo 8 Tangram al completo..... 141

Dal quadrato perfetto	141
Mister Fantastic.....	142
Il primo triangolo grande: il mittente	142
Il secondo triangolo grande: il destinatario	142
Il quadrato: i contenuti.....	142
Il parallelogramma: i valori professionali	143
Il primo triangolo piccolo: la leva razionale	143
Il secondo triangolo piccolo: la leva emozionale	143
Il triangolo medio: l'ascolto.....	143
La Donna Invisibile.....	144
Il primo triangolo grande: il mittente	144
Il secondo triangolo grande: il destinatario	144
Il quadrato: i contenuti.....	144
Il parallelogramma: i valori professionali	144
Il primo triangolo piccolo: la leva razionale	145
Il secondo triangolo piccolo: la leva emozionale	145
Il triangolo medio: l'ascolto.....	145
La Cosa	146
Il primo triangolo grande: il mittente	146
Il secondo triangolo grande: il destinatario	146
Il quadrato: i contenuti.....	146
Il parallelogramma: i valori professionali	146
Il primo triangolo piccolo: la leva razionale	146
Il secondo triangolo piccolo: la leva emozionale	147
Il triangolo medio: l'ascolto.....	147
La Torcia Umana.....	147
Il primo triangolo grande: il mittente	147
Il secondo triangolo grande: il destinatario	147
Il quadrato: i contenuti.....	148
Il parallelogramma: i valori professionali	148
Il primo triangolo piccolo: la leva razionale	148
Il secondo triangolo piccolo: la leva emozionale	148
Il triangolo medio: l'ascolto.....	148
La costruzione di mondi	149
Strategia transmediale.....	156

Verso la convergenza	161
Il secondo triangolo grande: il destinatario	162
Il quadrato: i contenuti.....	163
Il parallelogramma: i valori professionali	163
I due triangoli piccoli: le leve sociali.....	164
Il triangolo medio: l'ascolto.....	164
Il futuro del digitale	165
Al servizio degli utenti	165
Sempre più educational.....	167
Dal planning al modelling.....	168
Appendice	171
Il metodo nella vita quotidiana.....	171
Il primo triangolo grande: riscoprire il proprio io.....	172
Il secondo triangolo grande: capire chi abbiamo davanti	172
Il quadrato: essere di sostanza	173
Il parallelogramma: diventare sempre più flessibili	173
Il primo triangolo piccolo: fare tesoro della logica	174
Il secondo triangolo piccolo: dare spazio alle emozioni.....	174
Il triangolo medio: fermarsi ad ascoltare	174
Sette buoni libri.....	175
Il triangolo grande del mittente	175
Il triangolo grande del destinatario.....	175
Il quadrato del contenuto.....	176
Il parallelogramma dei valori professionali	176
Il triangolo piccolo della leva razionale.....	176
Il triangolo piccolo della leva emozionale.....	177
Il triangolo medio dell'ascolto.....	177
Tangram in tasca	178
Finalmente le conclusioni	181
Una nota squisitamente personale	183
Indice analitico	185