

Indice

Prefazione , di <i>Riccardo Scandellari</i>	pag.	7
Introduzione	»	11
Perché marketing della generosità	»	14
Che cosa troverai nel libro	»	15
Per chi è questo libro	»	16
Come leggere questo libro	»	19
1. Perché	»	21
Una storia qualunque	»	21
Anticipare le obiezioni	»	24
Ma per me è diverso	»	27
Da contatti a persone	»	39
Il tuo pubblico esiste già	»	52
Creare valore, questo sconosciuto	»	58
2. Come	»	61
Comprendere le persone	»	61
Mettiti all'ascolto	»	71

3. Cosa	pag.	117
Comunicare (bene) è una scelta	»	117
Dai spazio alle persone	»	118
La qualità è una scusa	»	122
Fatto è meglio di perfetto	»	124
I tool passano, il mindset resta	»	127
L'ovvio non esiste	»	128
Non devi essere originale	»	131
Tu sei una media company	»	133
I contenuti sono la chiave	»	135
Dove deve fermarsi la generosità?	»	215
Con quali e quanti canali partire	»	217
Conclusione	»	221
Postfazione , di <i>Rudy Bandiera</i>	»	225
Bibliografia	»	231