

Indice

Prefazione , di <i>Stefania Siani</i>	pag.	7
Premessa	»	9
1. Il copywriting. Da dove viene, dove sta andando	»	13
1. Corso di orientamento: comprendere il paesaggio contemporaneo	»	13
2. Dai creativi ai creator. I confini diventano liquidi	»	18
3. Il copywriter oggi. Alla ricerca dell'identità perduta	»	25
4. L'intelligenza artificiale generativa. Godzilla is in the house	»	32
5. Segni di inquietudine, segni di risveglio	»	36
<i>Il punto di vista di... Francesco Bozza. I pubblicitari: un po' Donald Draper e un po' Marty McFly</i>	»	42
2. La creatività come metodo	»	46
1. Se salviamo la creatività, la creatività ci salverà	»	46
2. Impariamo a fare le scale: insight, concept, creative idea, declinazioni	»	48
3. Pensare per creare: generative human intelligence	»	56
<i>Il punto di vista di... Erika Fabiano. Noi creativi</i>	»	96
3. Scrivere bene (o almeno non mettersi nei guai)	»	98
1. La punteggiatura. Qualche criterio utile	»	98
2. Pensare bene per scrivere meglio	»	105
3. Stile e tono di voce: appropriarsi di un linguaggio	»	113
4. Il tono di voce come strumento creativo	»	117
<i>Il punto di vista di... Dorian Zurlo. Il futuro del copywriting tra pessimismo e ottimismo</i>	»	120

4. Scrivere attraverso i media e i canali	pag. 124
1. Scrivere sulla carta	» 124
2. Scrivere per i social network	» 138
3. Scrivere per il video	» 149
4. Scrivere per l'audio	» 179
5. Scrivere testi per siti, blog, e-mail	» 188
6. Scrivere per la brand identity	» 195
7. Oltre i media: activation e cause marketing	» 204
<i>Il punto di vista di... Mizio Ratti. Il tennis e l'arte della scrittura creativa</i>	» 211
5. Copywriting e intelligenza artificiale. Dialogare con Godzilla	» 214
1. La parola immaginante	» 214
2. I problemi, prima di tutto	» 216
3. Proposte di dialogo con l'intelligenza verbale	» 220
4. Proposte di dialogo con l'intelligenza visiva	» 232
5. Dall'AI dura all'AI fluida	» 235
<i>Il punto di vista di... Chiara Tartagni. Conversazioni artificiali, emozioni reali</i>	» 236
6. Fotografare il futuro. Cinque progetti di comunicazione per vedere oltre	» 239
1. La caduta di Apple e le certezze perdute	» 239
2. Orange e il deepfake contro i pregiudizi sul calcio femminile	» 240
3. Esselunga: il primo spot italiano con una famiglia divorziata	» 242
4. Magnum: rieducarci alla bellezza	» 243
5. Cartoni morti e la lezione più importante	» 244
Risorse gratuite per diverse funzioni	» 246
Ringraziamenti	» 249
Bibliografia	» 250