

Indice

Prefazione di <i>Valentino Magliaro</i>	pag. 11
Premessa	» 15
1. Digital pr per startup	» 17
1.1. Cosa sono le digital pr?.....	» 17
1.2. Chi è il digital pr specialist	» 19
1.2.1. Le digital pr per startup.....	» 20
1.2.2. Digital pr per startup: chi se ne occupa?	» 22
1.2.3. La formazione del digital pr specialist	» 22
1.3. Le competenze	» 25
1.3.1. Le competenze per un digital pr specialist per startup	» 28
1.3.2. Caratteristiche caratteriali per diventare un buon digital pr specialist	» 29
1.4. Gli strumenti di lavoro del digital pr specialist.....	» 32
1.4.1. E se lavoro per una startup quali strumenti devo utilizzare?	» 35
1.5. Digital pr specialist: uno sguardo al futuro di questa professione	» 36
1.6. L'importanza di mostrare il proprio valore attraverso il racconto di un'azione	» 39

2. L'ufficio stampa digitale di una startup.....	» 45
2.1. Il comunicato stampa: come cambia?	» 47
2.1.1. Come si scrive un buon comunicato stampa?.....	» 48
2.1.2. Quali devono essere le caratteristiche di un buon comunicato stampa?	» 51
2.2. Comunicati stampa autoreferenziali e non autoreferenziali.	» 59
2.2.1. Esempi di comunicati stampa autoreferenziali.....	» 64
2.2.2. Esempi di comunicati stampa non autoreferenziali.....	» 66
2.3. La diffusione: come, quando, a chi.....	» 70
2.3.1. Gli strumenti per ricercare giornalisti italiani e blogger (italiani).....	» 71
2.3.2. Le modalità di diffusione.....	» 73
2.3.3. La email di diffusione: quale testo e quali contenuti?...	» 76
2.3.4. Cosa fare nel post-diffusione del comunicato?	» 76
2.4. Flusso di lavoro.....	» 78
3. I contenuti: dai blog a Instagram, da Snapchat a Podcast e alla musica	» 79
3.1. Contenuti testuali: come cambiano e come renderli efficaci?	» 80
3.2. Video.....	» 89
3.3. Foto	» 94
3.4. Musica.....	» 102
3.5. Podcast.....	» 104
4. La distribuzione dei contenuti: a chi, come e quando.....	» 109
4.1. Come scegliere i canali di distribuzione più adatti	» 112
4.2. I media, i blog, i canali social: come integrarli in una strategia di digital pr?.....	» 115
4.2.1. L'orchestra all'opera	» 116
4.3. Il megafono di una startup: i social media	» 118
4.4. Come gestire una distribuzione che non sta dando risultati?	» 123
4.5. Coinvolgere blogger e influencer	» 124
5. Monitoraggio delle digital pr: tool e strumenti	» 129
5.1. Monitorare una strategia di digital pr	» 131
5.2. Web listening.....	» 133
5.3. Gli strumenti	» 134

5.3.1. Altre risorse di monitoraggio	» 138
5.3.2. La reportistica	» 141
5.4. L'importanza della cura e dell'ascolto di una community	» 142
6. Realizzare una strategia di digital pr: le 10 azioni fondamentali	» 149
6.1. Definizione degli obiettivi	» 149
6.2. Analisi dei competitor e delle loro azioni intraprese lato digital pr.....	» 151
6.3. Redazione delle linee guida della strategia	» 152
6.4. Scelta dei contenuti da produrre: come, quando, con che tono di voce, con quali personalizzazioni	» 153
6.5. Ufficio stampa: preparazione comunicato, preparazione piano di diffusione, selezione giornalisti	» 154
6.6. Coinvolgimento di blogger e influencer	» 156
6.7. Preparazione di eventuali contenuti aggiuntivi (post per il blog, audio, video)	» 157
6.8. Follow up (per giornalisti e blogger)	» 158
6.9. Monitoraggio e reportistica.....	» 159
6.10. Correzione degli eventuali errori e miglioramento delle azioni.....	» 160
7. Digital pr e casi studio	» 163
7.1. Jobyourlife: da un tweet a Forbes in pochi giorni.....	» 163
7.2. Sweetguest: online e offline	» 169
7.3. Erick Canale: il focus sulla storia imprenditoriale	» 173
Conclusioni	» 177