

Come Diventare Blogger Professionista (30 Cose Da Sapere Vol 1)

Settima edizione per la Guida di Identità Golose 670 schede per raccontare altrettanti locali sparsi in Italia e nel mondo intero, perché la qualità non ha confini. Il volume è frutto del lavoro di oltre 100 collaboratori e quest'anno è arricchito dalle prefazioni di Oscar Farinetti e Carlo Cracco, quest'ultima dedicata al dessert. La guida osita anche 12 ritratti "d'autore", dedicati a luoghi particolarmente significativi: Massimo Bottura racconta Modena, Frank Rizzuti la Basilicata, Josean Aljia Bilbao, Heinz Beck Londra, Camilla Baresani Milano, Marianna Corte le Cinque Terre, Maria Canabal Parigi, Michela Cimnaghi Perth, Roberta Sudbrack Rio de Janeiro, Francesco Apreda Roma, Roberto Petza la Sardegna, Paolo Marchi New York. Come nelle edizioni precedenti, un occhio di riguardo è riservato ai più giovani professionisti della ristorazione, con la segnalazione di chi non ha ancora compiuto i trenta e i quarant'anni. In più, quest'anno, sono state inserite le schede delle migliori pizzerie, un omaggio a un piatto simbolo dell'Italia nel mondo. http://www.identitagolose.it/

Da Prasenneet Kumar, l' " autore di bestseller # 1 della serie " Autopublicazione SENZA SPENDERE UN SOLDO " un vero e proprio manuale per vivere felicemente la professione di scrittore. Da come trovare la fonte d'ispirazione alla necessità di essere indulgenti con se stessi e lasciar da parte la critica a favore dei sogni, lo scrittore ci mostra come diffidare di corsi di scrittura creativa, editor e agenti letterari e dar sfogo alla propria creatività senza timori. Nella logica del SENZA SPENDERE UN SOLDO ci insegna a come farci creare una splendida copertina per il nostro libro a soli 5 dollari e ci invita a non diventare schiavi del controllo delle vendite. Passa poi a parlare della promozione che è necessaria, ma non deve diventare un'ulteriore fonte d'angoscia e di come stare alla larga dai truffatori in rete e fuori. Ci parla poi dei miracolosi risultati che si ottengono con il cosiddetto Effetto Composto ovvero di come tanti piccoli passi portino alla lunga ai risultati sperati. Alla fine della lettura avrai imparato molti segreti importanti sull'arte dello scrivere ma, soprattutto, se li metterai in pratica potrai diventare UNO SCRITTORE PIU' FELICE! E ' comodo definirsi scrittori da parte di chi non ha arte né parte. I letterati, che non siano poeti, cioè scrittori stringati, si dividono in narratori e saggisti. E ' facile scrivere " C " era una volta.... " e parlare di cazzate con nomi di fantasia. In questo modo il successo è assicurato e non hai rompicabe che si sentono diffamati e che ti querelano e che, spesso, sono gli stessi che ti condannano. Meno facile è essere saggisti e scrivere " C " è adesso.... " e parlare di cose reali con nomi e cognomi. Impossibile poi è essere saggisti e scrivere delle malefatte dei magistrati e del Potere in generale, che per logica ti perseguitano per farti cessare di scrivere. Devastante è farlo senza essere di sinistra. Quando si parla di veri scrittori ci si ricorda di Dante Alighieri e della fine che fece il primo saggista mondiale.

Il successo professionale dipende dalla capacità di farsi conoscere! LinkedIn, il Facebook del lavoro acquistato da Microsoft per la cifra record di 27 miliardi di dollari, è il social media ideale per personal & corporate branding. La sua forza risiede nell ' estrema cross-funzionalità: serve alla persona e all ' azienda, viene usato dal manager al neolaureato, dalle risorse umane per la ricerca di talenti fino alle vendite come strumento di social selling nel B2B. LinkedIn non è tuttavia un social passivo: per poter generare grandi opportunità bisogna conoscerlo e dedicarci del tempo. Ecco allora la necessità di un testo che spieghi, in modo semplice e rapido, a: Usare LinkedIn, Pulse e Slideshare da PRO; Generare relazioni di business o lavoro con il social selling; Far crescere il tuo network in completa sicurezza; Sviluppare l ' Employer Branding con post sponsorizzati e pagina aziendale; Monitorare la concorrenza con potenti strumenti di Intelligence; Capire le sinergie LinkedIn-Microsoft che cambieranno il digital marketing; Come guardano al tuo profilo le HR di grandi aziende come Ferrero; Ricevere alert quando spunta il lavoro dei sogni nella tua città. Il volume, frutto della duplice esperienza da dipendente e datore di lavoro 1065.111

Parlamento 2.0. Strategie di comunicazione politica in internet per aziende e professionisti

Come Diventare Uno Scrittore Felice Senza Spendere Un Soldo

Comunicare e vendere online con poco budget

Dinamiche di interazione fra blogosfera e mediastera

SOCIAL NETWORK ANALYSIS

21 Consigli di Web Marketing per Avvocati

La ricerca qualitativa fra tecniche tradizionali ed e-methods

VIA DA BRINDISI: il Blog di Gianfranco Perri

Cause e rimedi per una formazione utile e sostenibile

Credimi Sono un bugiardo

Milioni di persone si informano e interagiscono fra loro attraverso l'uso di internet. Ognuno a suo modo partecipa alla messa in rete di notizie, ma anche alla trasformazione di questi strumenti di comunicazione e di socializzazione. Blog, wiki, social network sono soprattutto strumenti di relazione sociale. Il web partecipativo costringe quindi a un profondo ripensamento dei concetti classici della sociologia della comunicazione.Davide Bennato propone una analisi approfondita dei diversi strumenti e delle piattaforme note al grande pubblico, da Facebook a Youtube, ed esamina le conseguenze etiche e sociali dell'uso delle nuove tecnologie.

100 751

LinkedIn è il social network che più di tutti merita l'etichetta "business". Nato come strumento dedicato alle reti professionali, con il tempo LinkedIn si è rivolto sempre più alle esigenze corporate sviluppando servizi per le HR, il marketing e le vendite. Questo manuale è così diviso in tre parti. Nella prima si va alla scoperta delle funzionalità dedicate al networking, per creare una rete di contatti professionali e individuare le migliori opportunità di lavoro e carriera facendosi trovare dalle aziende. Nella seconda parte il focus si sposta sulle aziende che possono mettere a disposizione dei reparti HR strumenti mirati al social recruiting e usufruire di servizi rivolti ai settori marketing e vendita, affrontando due temi chiave come la brand awareness e il social selling. Nella terza parte vengono infine presentate le soluzioni più evolute di LinkedIn come Pulse per la produzione editoriale e Lynda per il self-learning. Non mancano indicazioni su come misurare i risultati e sulla corretta formulazione di policy aziendali, corredati da contributi di professionisti che aiutano a chiarire i temi trattati grazie a esempi reali.

Se lavorare nel web è il tuo sogno nel cassetto ma non sai cosa fare per realizzarlo, hai tra le mani il libro che ti aiuterà a metterti in gioco: un libro completo e scorrevole, nel quale esco allo scoperto condividendo con te i miei segreti professionali. Le occasioni lavorative su Internet non mancano di certo, ma avere il giusto approccio nella ricerca è fondamentale: solo se sei in grado di coglierle avrai successo. Proprio perché il Web è aperto a tutti e dà voce a chiunque, infatti, emergere è più difficile se non hai una progettualità e un obiettivo finale. Ti guiderò passo dopo passo attraverso gli snodi della ricerca del lavoro digitale: dalla definizione delle figure professionali più ricercate a come scrivere una lettera di presentazione perfetta, dalla compilazione di un CV smart e sexy a come gestire il tuo profilo LinkedIn, a come sfruttare i social network per definire al meglio il tuo personal branding.

Questo non è un libro sui blog. Non è un manuale per smanettoni, nerd e amanti del web. È una guida pratica per accorciare la distanza che esiste tra azienda e clienti. Il bombardamento pubblicitario e la natura caotica di media vecchi e nuovi, ha reso sempre più difficile stabilire un contatto con il consumatore. Colmare questa distanza non significa imparare qualche "trucco" sui social media, ma comunicare a nuovi potenziali clienti come potresti aiutarli a risolvere il loro problema. Per farlo esiste un'unica soluzione: guadagnare

l'attenzione dell'interlocutore e controllare la comunicazione al 100%. Oggi lo puoi fare solo con un media proprietario e online il tuo media proprietario è il blog aziendale. È esattamente questo che creerà le condizioni per farti trovare, ascoltare e preferire nel mercato di oggi. Ed è quello che imparerai leggendo e applicando i miei consigli.

ANNO 2016 IL DNA DEGLI ITALIANI SECONDA PARTE

Esperienza, apprendimento, professione

Il Mondo

La farmacologizzazione del quotidiano tra medicina scientifica e non convenzionale

Relazioni sociali e processi comunicativi del web partecipativo

Gazzette digitali. L'informazione locale sulla rete globale

Il Marketing del consulente. Come sviluppare notorietà, fiducia e relazioni per incrementare il proprio business

Trova lavoro con il web. Com'è cambiato il mercato del lavoro e cosa devi fare per trovarne uno sagg

Confessioni di un manipolatore di media

Come diventare scrittore di viaggio

Actionscrip1 3.0. Le risposte per i professionisti Flash

Rappresentare con verità storica, anche scomoda ai potenti di turno, la realtà contemporanea, rapportandola al passato e proietinandola al futuro. Per non reiterare vecchi errori. Perché la massa dimentica o non conosce. Denuncio i difetti e caldeggio i pregi italiani. Perché non abbiamo orgoglio e dignità per migliorarci e perché non sappiamo apprezzare, tutelare e promuovere quello che abbiamo ereditato dai nostri avi. Insomma, siamo bravi a farci del male e qualcuno deve pur essere diverso!

Come si concilia uno dei più antichi mestieri del mondo con i moderni strumenti di comunicazione forniti da internet? Se fino a qualche anno fa l'avvocato acquisiva i clienti quasi esclusivamente attraverso il lavoro sul campo e il passaparola, oggi non puo ignorare le straordinarie potenzialità di una comunicazione efficace sul web e grazie al web. Per questo il professionista deve sapersi costruire un'ottima reputazione on-line sfruttando al meglio le risorse che la rete mette a disposizione. Gli effetti positivi di tale operazione non saranno solo "virtuali." In questo testo vengono proposti ventuno consigli su come utilizzare internet per creare un proprio "brand professionale" e diventare avvocati di successo."

Noi siamo quello che altri hanno voluto che diventassimo. Facciamo in modo che diventiamo quello che noi avremmo (rafforzativo di saremmo) voluto diventare. Oggi le persone si stimano e si rispettano in base al loro grado di utilità materiale da rendere agli altri e non, invece, al loro valore intrinseco ed estrinseco intellettuale. Per questo gli inutili sono emarginati o ignorati.

Un libro essenziale per tutti coloro che vogliono imparare i trucchi della scrittura di viaggio: dagli aspiranti professionisti ai minuziosi "annotatori su taccuino". Con i consigli del noto scrittore di viaggio Don George scoprite i segreti per creare una grande storia e trasformarvi da appassionati dilettanti in veri scrittori di viaggio.

Un saggio caustico e provocatorio, scritto come un romanzo, dove l'autore ci racconta dei suoi anni passati a creare finte notizie per attirare attenzione nei confronti di alcuni prodotti dei suoi clienti. Un libro fondamentale per tutti coloro che vogliono capire come, partendo da un piccolo blog di provincia fino a diventare una vera e propria notizia ufficiale, le informazioni possano (e vengano) manipolate dalla Rete e dai Media.

Il social professionale per relazioni e business

LinkedIn

Professionisti nel mercato globale

CONTRO TUTTE LE MAFIE PRIMA PARTE

E-commerce vincente

Dai modelli di business alle strategie di vendita online

Il Maestro di vino

da Iraq a Iraq : storia di un giornalismo difficile

Storie di formatori. Esperienza, apprendimento, professione

Come vendere con il blog aziendale

MEDIOPOLI SECONDA PARTE

E ' comodo definirsi scrittori da parte di chi non ha arte né parte. I letterati, che non siano poeti, cioè scrittori stringati, si dividono in narratori e saggisti. E ' facile scrivere " C " era una volta.... " e parlare di cazzate con nomi di fantasia. In questo modo il successo è assicurato e non hai rompicabe che si sentono diffamati e che ti querelano e che, spesso, sono gli stessi che ti condannano. Meno facile è essere saggisti a scrivere " C " è adesso.... " e parlare di cose reali con nomi e cognomi. Impossibile poi è essere saggisti e scrivere delle malefatte dei magistrati e del Potere in generale, che per logica ti perseguitano per farti cessare di scrivere. Devastante è farlo senza essere di sinistra. Quando si parla di veri scrittori ci si ricorda di Dante Alighieri e della fine che fece il primo saggista mondiale. Le vittime, vere o presunte, di soprusi, parlano solo di loro, inascoltati, pretendendo aiuto. Io da vittima non racconto di me e delle mie traversie. Ascoltato e seguito, parlo degli altri, vittime o carnefici, che l ' aiuto cercato non lo concederanno mai. " Chi non conosce la verità è uno sciocco, ma chi, conoscendola, la chiama bugia, è un delinquente ". Aforisma di Bertolt Brecht. Bene. Tante verità soggettive e tante omettà son tasselli che la mente corrompono. Io le cerco, le filtro e nei miei libri compongo il puzzle, svelando l ' immagine che dimostra la verità oggettiva censurata da interessi economici ed ideologie vetuste e criminali. Rappresentare con verità storica, anche scomoda ai potenti di turno, la realtà contemporanea, rapportandola al passato e proiettandola al futuro. Per non reiterare vecchi errori. Perché la massa dimentica o non conosce. Denuncio i difetti e caldeggio i pregi italiani. Perché non abbiamo orgoglio e dignità per migliorarci e perché non sappiamo apprezzare, tutelare e promuovere quello che abbiamo ereditato dai nostri avi. Insomma, siamo bravi a farci del male e qualcuno deve pur essere diverso!

Avviare con successo una nuova impresa, che si tratti di un attività tradizionale o di un progetto digitale di ultima generazione, richiede un idea originale, un attenta pianificazione dei passi da compiere e un implementazione rigorosa di ogni fase. Il manuale guida il neo-imprenditore a far bene le cose per lanciare un iniziativa profittevole e in grado di crescere. Centrale il processo di sviluppo clienti: l imprenditore deve immergersi nel mondo in cui i suoi potenziali clienti vivono, per proporre prodotti e servizi innovativi, dotati di tutte le caratteristiche che li rendano preferibili e acquistabili. Ogni passo dettagliatamente descritto: la ricerca del mercato potenziale, la formulazione del modello di business, l analisi delle esigenze dei clienti, il test di prodotto, la verifica operativa del modello di business, il lancio del nuovo prodotto, la preparazione della vendita, il posizionamento del prodotto e dell azienda. Fino alla domanda cruciale: insistere sulla posizione o cambiare direzione? A corredo, alcuni preziosi strumenti sono disponibili online tra cui: schemi e liste di controllo, indicazioni normative e un pratico glossario con tutti i termini-chiave.

Da Gutenberg in poi, abbiamo immaginato il nostro progresso intellettuale legato indissolubilmente alla «cultura del libro». Ma oggi, mentre a noi lettori capita sempre più spesso di avere in mano uno smartphone o un e-reader, sembra che questa storia secolare volga al termine, portando con sé la scomparsa dell ' editoria come la conosciamo, e forse la trasformazione radicale del concetto stesso di «letteratura». Se ad alcuni sembra un ' apocalisse, Amazon.com e le piattaforme di self-publishing disegnano un radioso futuro in cui il rapporto fra chi scrive e chi legge sarà più aperto, diretto, libero. Ma è veramente così? Con un ' idea chiarissima di come si sta evolvendo la nostra «società della conoscenza», Alessandro Gazioa analizza lo stato presente del mondo del libro, italiano e internazionale, ed esplora i possibili scenari futuri: mettendo in guardia contro il rischio di confondere le strategie di mercato con il libero scambio di idee, e illustrando invece le autentiche potenzialità rivoluzionarie dell ' editoria digitale, come finisce il libro vuole essere il manifesto di un percorso diverso per il futuro dei libri.

In un'Internet di massa, trovare ciò di cui si ha bisogno è sempre più difficile, ma ancor più difficile è valutarne l'attendibilità. È il prodotto dell'ideologia del Web 2.0 – quello di blog e social network – che preconcizia la scomparsa degli intermediari dell'informazione, dai giornalisti alle testate di prestigio, dai bibliotecari agli editori, presto sostituiti dalla swarm intelligence, l'intelligenza delle folle: chiunque può e deve essere autore ed editore di se stesso. Il 'mondo Web 2.0', dove nessuno è tenuto a identificarsi e chiunque può diffondere notizie senza assumersene la responsabilità, realizza davvero un sogno egualitario, o piuttosto un regno del caos e della deriva informativa? Leggi il ricordo di Gino Roncaglia per Fabio Mettieri

L ' Italia è composta da micro-realtà, piccole attività commerciali, liberi professionisti, negozi, che non possono spendere i budget delle grandi aziende, che invece si muovono sulla Rete con la stessa disponibilità economica che in passato riversavano in TV. Per fortuna su Internet si possono fare cose interessanti anche con pochi soldi, a patto di sapere dove valga la pena investire e come evitare di incappare in fregature. Vuoi capire come si usa Facebook? In che modo Google può avvantaggiarti, rendendo disponibili i tuoi contenuti ai potenziali clienti? Che tipo di sito ti serve? Come fare a scegliere il giusto fornitore? Per rispondere a queste domande, devi conoscere gli strumenti. Web marketing per micro imprese e professionisti è una guida dal taglio pratico, con tanti esempi reali e scritta con linguaggio semplice, che ti aiuterà a capire come risparmiare e come poter vendere i tuoi prodotti e servizi, anche con poche decine o centinaia di euro.

Cera una volta la guerra-- e chi la raccontava

Informazione bugiarda e reticente

Come sviluppare notorietà, fiducia e relazioni per incrementare il proprio business

SILVIO BERLUSCONI L'ITALIANO PER ANTONOMASIA

MANETTARI E FORCAIOLI ALLA RESA DEI CONTI

30 esaltazioni di gioia

IL COGLIONAVIRUS QUINTA PARTE MEDIA E FINANZA

Come finisce il libro. Contro la falsa democrazia dell'editoria digitale

Il grande inganno del Web 2.0

Pop - Culture di Moda

Guida alla creazione di imprese innovative

Completamente rivisto rispetto alla prima edizione, il testo è stato pensato e scritto per gli imprenditori, gli esperti di marketing e gli sviluppatori che desiderano avviare, gestire e progettare un e-commerce di successo. Tratta con precisione e dettaglio ogni singolo aspetto della filiera del commercio elettronico, dalla validazione dell'idea al modello di business (dropshipping, marketplace, subscribe ecc.), dal team agli strumenti necessari, dal Business Plan al piano di marketing, dalla definizione del prezzo agli indici di performance (KPI), dall'imballaggio alla spedizione, dalla gestione dei resi alle tecniche per incrementare le vendite, dagli aspetti fiscali (SCIA, VIES e IVA) a quelli legali (condizioni di vendita, privacy, cookie e ODR). Sono presenti estratti di codici di programmazione, script, approfondimenti sulle strategie adottate da Amazon, eBay, YOOX e Zalando nonché indicazioni tecniche per le piattaforme Magento, PrestaShop e WooCommerce. Sul sito ecommerce-vincente.it sono disponibili approfondimenti e aggiornamenti per i lettori.

Startupper

Sociologia dei media digitali

MANETTOPOLI

Web marketing per micro imprese e professionisti

QUELLO CHE NON SI OSA DIRE

Come, quando e perché la formazione non funziona. Cause e rimedi per una formazione utile e sostenibile

I cento di Firenze 2013. I 30 migliori ristoranti e le 40 migliori trattorie, 20 scampagnate e 10 panini e trippa

Fai carriera con LinkedIn

Identità golose

Avvisatore Dalmato

ZoneModa Journal 03