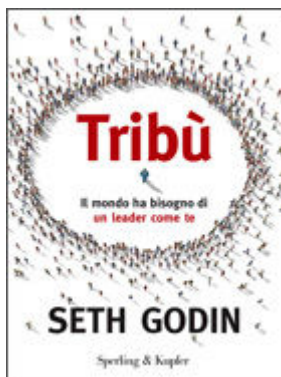


Vetrina di eccellenze segnala

Seth Godin è autore di numerosi bestseller internazionali, compreso "La mucca viola", il libro di marketing con il maggior numero di copie vendute negli ultimi dieci anni. È direttore di The Big Moo, fondatore e CEO di Squidoo.com (una "tribù" enorme e in grande crescita) ed è il blogger di marketing più celebre del mondo. www.sethgodin.com



Se pensi che la leadership non ti riguardi, sbagli. Abbiamo bisogno di TE per guidarci. I leader mettono in discussione lo status quo. Creano una cultura attorno a un obiettivo e coinvolgono gli altri in questa cultura.

Anno: 2009

Pagine: 192

Editore: Sperling&Kupfer

Le "tribù" sono gruppi di persone che si tengono in contatto, che si formano attorno a un'idea, una passione, una missione. Sono organizzazioni progressiste, in rapida evoluzione, desiderose di essere guidate da un leader, e che prosperano in virtù del cambiamento. Sono dappertutto, dentro e fuori le aziende, nel pubblico e nel privato, nelle organizzazioni no-profit, nelle aule, in ogni angolo del pianeta. Grazie a Internet sono cadute le barriere della distanza, dei costi e del tempo; i blog e i social network facilitano la comunicazione - quindi la nascita e la crescita - di gruppi di poche decine o di milioni di persone che hanno una passione, per l'iPhone, per il vino, per uno sport, per una campagna politica o per un nuovo modo di combattere il riscaldamento globale. Ma chi guiderà tutte queste "tribù"? Il web, da solo, non può creare la leadership, che è una dote dei singoli individui. Se pensi che la leadership sia una faccenda che non ti riguarda, questo libro ti farà cambiare idea: attraverso l'analisi di casi reali, l'autore dimostra che tutti hanno l'opportunità e gli strumenti per dare vita a una "tribù" e per diventarne il leader.



Non chiedetevi che cosa può fare per voi il nuovo marketing. Chiedetevi che cosa potete fare voi per prosperare grazie al nuovo marketing. 14 Idee innovative per essere i migliori al mondo.

Anno: 2008

Pagine: 216

Editore: Sperling&Kupfer

Tutti i nuovi strumenti di marketing (Blog, e-mail, video su YouTube, pagine di MySpace) altro non sono che decorazioni da aggiungere su una coppa di gelato: metti panna montata, ciliegine e cioccolato fuso e avrai un dessert fantastico. Ma se sul fondo della coppa ci sono delle polpette di carne che pasticcio disgustoso! Con il declino del marketing tradizionale, i nuovi strumenti appaiono irresistibili. Sono però inefficaci per promuovere certi prodotti, magari ancora redditizi ma che non stimolano il passaparola. In questa guida Seth Godin delinea i 14 trend che stanno cambiando il modo di fare business e che la "gente del marketing" deve assolutamente conoscere. Spiega come sfruttare il potere delle storie rispetto a quello dei fatti; come gestire i tempi di attenzione sempre più brevi; come trarre profitto dalla nuova matematica secondo cui cinquemila persone desiderose di ascoltare quel che hai da raccontare valgono più dei cinque milioni che non ne vogliono sapere.

www.sperling.it

BOOKS