

# INDICE

---

<b>PREFAZIONE DI NICOLA ZAGO.....</b>	<b>13</b>
---------------------------------------	-----------

---

<b>PREMESSA.....</b>	<b>15</b>
----------------------	-----------

---

<b>1. Introduzione .....</b>	<b>17</b>
1.1 Ascoltare. Dal salumiere alla multinazionale, il primo passo di ogni vendita .....	17
1.2 Il manifesto del marketing dell’ascolto .....	19
1.3 Chi ascolta impara molte cose .....	20
1.4 Ascoltare per cambiare .....	21
1.5 Imparare le lingue di domani .....	22

---

<b>PARTE PRIMA – LE 100 PAROLE DA SAPERE (SONO 109, LASCIO?)25</b>	
--	--

---

<b>2. Da Aggregatore a Zopa, passando per Blog, Facebook, Twitter e YouTube .....</b>	<b>27</b>
---	-----------

---

<b>PARTE SECONDA – GLI STRUMENTI, COME USARLI .....</b>	<b>109</b>
---	------------

---

<b>3. Quattro passi in rete, ovvero: partecipare alla conversazione non è difficile, sapendo cosa fare .....</b>	<b>111</b>
<b>4. Blog aziendale .....</b>	<b>113</b>
4.1 Teoria.....	113
4.2 Pratica .....	113
4.3 Piattaforme.....	116

4.3.1	Hosted .....	117
	BLOGGER.COM .....	117
	WORDPRESS.COM.....	117
	WINDOWS LIVE SPACES .....	117
	TYPEPAD.COM.....	117
4.3.2	Self-hosted.....	117
	WORDPRESS.ORG .....	117
	MOVABLE TYPE .....	117
4.4	Esempi.....	118
4.4.1	Zonin "Wine is Love" .....	118
4.4.2	Mercedes-Benz Italia "The Blue Blog".....	119
4.4.3	Febal Cucine "Chiacchiere in Cucina" .....	119
4.4.4	Max Mara Risorse Umane "Join Us" .....	120
	E perché diavolo la mia azienda dovrebbe aprire un blog? .....	123
<b>5.</b>	<b>Io Facebook e tu? .....</b>	<b>124</b>
5.1	Facebook .....	124
5.2	Esempi.....	127
5.2.1	Technogym.....	127
5.2.2	Inglesina .....	128
5.2.3	Coin.....	128
5.2.4	Ernesto Meda.....	129
5.2.5	La mucca di Schrödinger.....	129
5.2.6	Mulino Bianco Barilla (Friends Compatibility) .....	130
5.3	Ning .....	132
5.4	Esempi.....	133
5.4.1	Lago sales community.....	133
5.4.2	Nutellaville community .....	133
5.4.3	Comix community .....	134
	E perché diavolo la mia azienda dovrebbe cercare di creare una community? .....	134

<b>6.</b>	<b>Twit twit...</b>	<b>135</b>
6.1	Twitter e la rivoluzione del microblogging	135
6.2	Esempi	136
6.2.1	Atac Roma	136
6.2.2	TUI Viaggi	137
6.2.3	La Stampa	137
	E perché diavolo la mia azienda dovrebbe pubblicare contenuti su Twitter?	139
<b>7.</b>	<b>Video e foto in condivisione</b>	<b>140</b>
7.1	YouTube, Flickr, ma anche Facebook video	140
7.2	Esempi	140
7.2.1	La Cucina Italiana (YouTube)	140
7.2.2	Berto Salotti (Flickr)	141
	E perché diavolo la mia azienda dovrebbe aprire un account su YouTube o su Flickr?	142
<b>8.</b>	<b>Trovare lavoro, fare presentazioni, parlare di libri, discutere in diretta: una vita online!</b>	<b>143</b>
8.1	Linkedin	143
8.2	Esempi	144
8.2.1	Ducati	144
	E perché diavolo dovrei comparire su Linkedin?	145
8.3	Slideshare	146
8.4	Esempi	146
8.4.1	Volagratis.it	146
8.5	Anobii	147
	E perché diavolo la mia azienda dovrebbe mettere delle presentazioni su Slideshare?	147
8.6	Esempi	148
8.6.1	Agenzia TSW	148

8.7 Friendfeed.....	149
E perché diavolo la mia azienda dovrebbe aprire un account su Anobii? .....	149
E perché diavolo la mia azienda dovrebbe mettersi su Friendfeed? .....	150
8.8 Esempi.....	150
8.8.1 Libri Mondadori .....	150
E perché diavolo la mia azienda dovrebbe aprire Blog, community, Facebook, Twitter, Friendfeed, YouTube, Flickr... e poi: quando lavorerò?!.....	151

---

## **PARTE TERZA – GLI ESEMPI IN ITALIA..... 153**

<b>9. Casi di studio di eccellenza.....</b>	<b>155</b>
9.1 Fiat .....	155
9.1.1 Cinquecento wants you .....	157
9.1.2 La voce dell'azienda .....	161
9.1.3 Quelli che Bravo.....	163
9.1.4 La voce dell'azienda .....	167
9.1.5 Otto in Punto.....	167
9.1.6 La voce dell'azienda .....	170
9.2 Barilla.....	171
9.2.1 Nel Mulino che Vorrei. Racconta il prodotto con parole tue .....	171
9.2.2 La voce dell'azienda .....	173
9.3 Vodafone Italia .....	176
9.3.1 Vodafone lab: la community che sperimenta e condivide.....	176
9.3.2 La formula.....	178
9.3.3 Il forum.....	179

9.3.4	Il blog .....	180
9.3.5	Il wiki .....	181
9.3.6	I video.....	182
9.3.7	La voce dell'azienda .....	184
9.4	Lago .....	184
9.4.1	La PMI che vive il web al 100%.....	184
9.4.2	Il blog Design Conversations .....	185
9.4.3	L'azienda come piattaforma di ascolto.....	187
9.4.4	Ogni blog uno snodo di conversazione .....	187
9.4.5	L'approccio Enterprise 2.0 e la Intranet 2.0 .....	189
9.4.6	Una community per i rivenditori .....	191
9.4.7	La voce dell'azienda .....	192
<b>10.</b>	<b>Casi di studio... della porta accanto, tra piccole aziende e trattorie .....</b>	<b>193</b>
10.1	Berto Salotti .....	193
10.1.1	Intervista a Filippo Berto.....	194
10.2	Trattoria da Burde .....	197
10.2.1	Intervista a Andrea Gori.....	197
10.3	Dema srl .....	200
10.3.1	Intervista a Antonangelo De Martini.....	201
10.4	Nextink.....	204
10.4.1	Intervista a Fabio Zanet .....	204
10.5	Poggio Argentiera.....	207
10.5.1	Intervista a Gianpaolo Paglia .....	208
	<b>Bibliografia.....</b>	<b>211</b>
	<b>Blogroll .....</b>	<b>213</b>