

Amazon Come Il Retailer Piu Inarrestabile Del Mon

E' possibile Vivere di Amazon? Questo non è il solito libro motivazionale, ma un vero e proprio manuale operativo su una professione praticamente sconosciuta nella pratica in Italia: il Self Publishing. Una nicchia di mercato digitale che genera oltre 1 miliardo di ricchezza in tutto il mondo. Una professione con una barriera di ingresso ridicola, lontana dagli schemi abituarini, legata dal desiderio di essere diversa, lontana dalla routine dell'ufficio. Sai qual è la cosa incredibile? Tutti possono diventare dei Self Publisher, nonostante non sia necessario essere uno scrittore per iniziare, all'interno del libro sono condivise strategie di marketing adatte anche a chi scrive libri da sé. Vivere di Amazon è una scorciatoia adatta a coloro che esplorano nuovi mercati, costruiscono idee e lottano per avere risultati, senza volersi affidare ad intermediari che più che dare qualcosa, lo prendono. Quali sono i macro argomenti di cui ti parlo all'interno del libro? Come Amazon ha rivoluzionato il commercio e perchè non devi prenderla di petto ma devi andarci a braccetto. Quale è la base operativa del Publishing. La migliore ricetta per avere successo. Conformarsi al meglio al pubblico. I 4 Pilastri del Self Publishing (e perchè se non li conosci non potrai mai avere successo in questo campo). Come fare una corretta analisi. La base del domino vincente. Il vestito migliore per il tuo libro. Come la scelta delle categorie influisce sul successo del tuo libro. I 7 lavoratori invisibili. Come vendere non solo su Amazon, Moltiplicando i profitti. Come spingere il libro 24 ore su 24 al meglio grazie alle ads. Quali Ads creare quando si lancia il libro in modo da non perdere centinaia di euro con strategie che non funzionano. L'unico comandamento del Publishing. Strategia per vendere al meglio gli audiolibri e marginare con i Bonus che abbiamo a disposizione. Cosa inserire alla fine di ogni libro per creare la tua catena di montaggio automatica vincente. Gli step per la creazione di una macchina genera soldi. Le 5 pietre miliari per avere un libro non fiction vincente (e perchè devi assolutamente essere a conoscenza di esse). Fondamenta della pubblicazione di romanzi, scelte ed errori da evitare che ti faranno risparmiare migliaia di dollari. Il processo di pubblicazione di un libro step by step: sei pronto per partire? Il Marketing Base, ciò che funziona e che ti farà avere successo con i giusti tempi. Queste conoscenze ti permetteranno già di muovere i tuoi primi passi all'interno di questo fantastico mondo e se scrivi o pubblichi già libri ti permetteranno di fare il salto di qualità. L'AUTORE:

Andrea Biancolli: Self Publisher di professione e autore di oltre 400 libri. Esperto di Autopubblicazione senza editori, di creazione e Marketing per brand, lancio e vendita di libri online. Fondatore di VISIONARI, scuola online di Self Publishing, che vanta all'attivo centinaia di studenti e una community operativa di neofiti e top publishers.

La transizione in digitale del mercato editoriale ha portato all'attenzione degli addetti ai lavori i metadati. Informazioni sui dati, o meglio informazioni sui libri, i metadati sono oggi uno strumento che può contribuire al successo di una pubblicazione. Imparare a conoscerli e sfruttarli al meglio è quindi importante sia per chi si occupa di marketing e vendita, sia per chi lavora a più diretto contatto con il contenuto curandone la comunicazione e la formattazione. Questo ebook è stato concepito come una guida verticale alla conoscenza dei metadati editoriali, per imparare conoscerli sia quando sono integrati in pubblicazioni ePub, sia quando viaggiano in flussi ONIX verso i negozi. Tutto con l'aggiunta di pratici consigli per una migliore vendibilità e trovabilità dell'ebook, anche quando si lavora su Amazon e nel formato Mobi. | Questo ebook è lungo 140.000 battute. All'ebook è collegata un'area di discussione e confronto sui temi trattati, scoprila all'indirizzo: <http://sushi.apogeeonline.com/forums/forum/ebook-metadata>

Guida passo passo all'auto-pubblicazione del tuo libro con la piattaforma self-publishing di Createspace, il print on demand di Amazon, che porterà la tua opera sullo store più visitato del mondo e le garantirà una visibilità che nessun altro sito potrà mai darti. Questo è il momento migliore per essere un self-publisher: auto-pubblicare il tuo sogno nel cassetto non è mai stato così facile e - soprattutto - GRATIS. Scarica anche: Royalties USA per i tuoi libri: Come evitare la trattenuta del 30%

«Codice Amazon» di Marco Scotti. Il fenomeno Amazon, che ha cambiato le abitudini di consumo degli americani e che sta cercando (seppur con qualche resistenza in più) di fare lo stesso con noi, si inserisce in questo mondo in evoluzione. I prezzi sono oggettivamente più bassi: film, elettrodomestici, videogiochi vengono venduti online con costi inferiori a volte anche del 30%. E una società che vive la crisi ormai da sei anni, non può che apprezzare qualsiasi strumento le consenta di risparmiare. Ma che cosa si cela dietro ai prezzi più che competitivi della multinazionale americana? Chi è Jeff Bezos? Quali sono le peculiarità e le criticità di Amazon? Questo libro cerca di dare le risposte: dalla storia di "come tutto ebbe inizio" fino alle modalità di lavoro negli enormi magazzini,

passando per le testimonianze di chi si relaziona con Amazon per questioni commerciali e di chi il fenomeno lo osserva dall'esterno. Marco Scotti (1983) è nato a Milano. Dopo la laurea si trasferisce a Roma, dove vive insieme ai suoi due cani. Qui si avvicina al mondo del giornalismo iniziando a collaborare con *liberal*. Oggi scrive di economia, finanza e immobiliare per *Affaritaliani.it*, *Il Ghirlandaio* e il gruppo *Class*. "Codice Amazon" è il suo primo libro.

Scrivere 2.0

Jeff Bezos e l'era di Amazon

Strumenti e strategie per vendere online

da ePub a ONIX il futuro del marketing editoriale

Economicamente irrazionale

Come il Self Publishing Ha Cambiato la Mia Vita (in Meglio)

Lo scenario delle attività promozionali sta vivendo una rivoluzione. Sono nati nuovi strumenti, come coupon elettronici e programmi fedeltà digitali, e nuovi attori che collegano direttamente i brand al cliente finale: si tratta di siti di group buying, piattaforme di cashback, sfogliatori di volantini digitali, subscription services e branded currencies. Le innovazioni introdotte in quattro settori digitali - quelli delle app, del couponing, dei pagamenti e del gaming - vengono combinate tra loro in programmi promozionali personalizzati dove non è più chiaro il confine tra creazione di traffico e di fedeltà, che in passato connotava il mondo delle promozioni. I consumatori mostrano di accogliere con favore e naturalezza la nuova «promozione 2.0» e i suoi nuovi protagonisti. Questo libro mette a disposizione del lettore - manager, accademico, studente - le più recenti ricerche dell'Osservatorio Fedeltà sui temi della fidelizzazione e della convergenza tra le diverse forme di promozione delle vendite. Propone al lettore una riflessione importante sulle opportunità offerte dalle nuove strategie promozionali e soprattutto sulle ricadute competitive di uno scenario in cui disintermediazione e reintermediazione cambiano il numero e la tipologia dei soggetti che riescono a raggiungere il consumatore nel momento più prossimo all'acquisto. Dal 1999 L' Osservatorio Fedeltà dell'Università di Parma aiuta le imprese a sviluppare il marketing basato sulle informazioni di cliente ed è diventato un punto di riferimento in Italia sui temi della fidelizzazione della clientela e delle attività promozionali. www.osservatoriofedelta.it

Il consumatore è un homo oeconomicus, ovvero è un potente calcolatore in grado di raggiungere razionalmente ed egoisticamente i propri obiettivi? Assolutamente NO. I meccanismi che regolano il comportamento dei consumatori sono spesso irrazionali, l'economia comportamentale è in grado di

determinare come un'offerta commerciale possa essere percepita dai consumatori, come questa percezione sia influenzata dagli altri prodotti proposti dal venditore e come questo fenomeno sia accompagnato, nelle reali decisioni d'acquisto, da divergenze tra intenzioni e azioni del consumatore. Scopo del libro è presentare alcune delle più importanti scoperte dell'economia comportamentale e mettere in evidenza le opportunità che ne derivano per un marketing moderno.

31.1

Vendere online è la vostra guida passo-passo per avere successo nell'e-commerce. Questo libro vi introdurrà ai principali quattro portali di e-commerce: eBay, Amazon, Fiverr ed Etsy. *****

Versione aggiornata e rivista per il 2014, include 78 pagine di nuovi contenuti, comprese sezioni sui blog e su come scrivere e vendere libri Kindle.***** Volete imparare come vendere online? L'autore, Nick Vulich, ha completato oltre 29000 transazioni su eBay negli ultimi quattordici anni; conosce le vendite su eBay, Amazon e Fiverr e vi sta offrendo la sua mano per guidarvi attraverso tutto il procedimento. Siete nuovi nell'e-commerce? Avete difficoltà o state cercando di capire come iniziare? Non vi preoccupate. Questo libro vi guiderà attraverso tutto quello che dovete sapere per iniziare a vendere online oggi. Tutti sognano di fare soldi online. Chi non vorrebbe un lavoro in cui si possa lavorare a casa in pigiama o in mutande? Un lavoro in cui non c'è un capo che ti sta alle spalle e ti dice cosa fare, come farlo e con quali tempistiche? Vendere online può realizzare questo sogno, e molto di più. Al contrario di quanto si pensi, non è facile. Non lo è affatto. Non avrete un capo che vi infastidisce dicendovi cosa fare, ma vi ritroverete a lavorare molto più duramente di quanto abbiate mai fatto nel vostro attuale lavoro. Vi potrete ritrovare in bolletta, specialmente all'inizio. Solo perché decidete di aprire un negozio su eBay, Amazon o su un qualsiasi altro negozio online non vuol dire che i clienti arriveranno magicamente a comprare da voi e vi ricopriranno di soldi. Come in tutte le cose, per avere successo nel vendere prodotti o servizi ci vuole tempo. Chiunque può andare online, pubblicare un elenco di articoli e fare un paio di vendite veloci, ma diventare un venditore di successo vuol dire replicare questo processo giorno dopo giorno e mese dopo mese.

Lean Marketing & Sales. Oltre il prodotto: vendere soluzioni

Vivere di Amazon

e-Commerce. La guida definitiva

otto ebook sull'editoria digitale

Amazon

Media, Creation, Anthropology, and Remembrance


In un mondo in cui la risposta a ogni domanda è a portata di mano, quale spazio resta alla mente dell'uomo? Oggi, grazie a oggetti che occupano poco più che il palmo della nostra mano, siamo in grado di gestire calendari, documenti e rapporti personali con una facilità tale che molti restano disorientati quando si trovano a dover eseguire queste operazioni senza l'ausilio dell'elettronica. Non è raro, allora, ascoltare gli appelli allarmati di chi invoca una minore invasione della tecnologia a favore di un'interazione diretta, nel timore che un ricorso eccessivo all'intelligenza artificiale condizioni negativamente la nostra capacità di pensare. Marc Prensky, celebre opinion leader e interprete dei cambiamenti che la rivoluzione digitale ha portato al nostro modo di vivere, non la pensa così. In questo saggio, controverso e discusso, egli dimostra che un uso intelligente della tecnologia potenzia la mente e le sue abilità, piuttosto che inibirle. Attraverso decine di esempi, l'autore illustra come una combinazione ragionata delle capacità del pensiero, come l'assunzione di decisioni o il ragionamento complesso, con le possibilità concesse dalla tecnologia, come l'archiviazione ed elaborazione di grandi quantità di dati, porti indubbi benefici al nostro funzionamento cognitivo. Come fare in modo, allora, che mente e tecnologia estendano a vicenda i rispettivi potenziali? La risposta di Prensky è: ricercando la saggezza digitale, un'interconnessione tra umano e tecnologico che consenta all'homo sapiens di cogliere le maggiori sfide del XX secolo, affrontando con efficacia le prossime fasi dell'evoluzione cognitiva.

Il cinema delle origini può essere un buon viatico per la nuova editoria nata con il lancio del Kindle nel 2007 e sviluppatasi impetuosamente nei 10 anni successivi. Oggi la nuova editoria, per crescere ancora, si trova di fronte a due grandi sfide: conquistare un nuovo pubblico di lettori e innovare il contenuto. Amazon, che ha sconfitto Apple e ha creato questo nuovo straordinario fenomeno culturale, però non sta supportando questo sforzo, anzi si comporta da incumbent e ostacola il necessario sviluppo verso nuovi format e un nuovo pubblico. La sua tecnologia non si evolve e non fornisce ai creativi gli strumenti di cui hanno bisogno per costruire l'innovazione di contenuto, quel processo che il cinema delle origini seppe fare creando un nuovo linguaggio e un nuovo pubblico. Questa breve storia, che nel suo nucleo centrale si può leggere in meno di 90 minuti, ricostruisce la storia della nuova editoria e discute le opzioni attuali. Un'ampia sezione di extras, che tratta e approfondisce i temi centrali del saggio, può essere d'aiuto a coloro che vogliono fare una full immersion nelle problematiche che caratterizzano l'editoria di oggi le quali si esprimono nel mercato leader, gli Stati Uniti. Una lettura importante per chiunque voglia pubblicare, lavorare nell'editoria o semplicemente conoscere che cosa sta bollendo in pentola. E sta bollendo parecchio.

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.

Stiamo vivendo una grande rivoluzione imprenditoriale. Le persone e le cose sono sempre più connesse online e offline. Le identità fisiche coincidono con le identità digitali e i consumatori si aspettano di trovare beni e servizi in ogni punto di contatto si possa avere con le aziende. Essere presenti online non è più solo una necessità, ma la condizione per esistere come impresa. Il commercio del futuro è fatto di presenza online, di acquisti via mobile, di esperienza del consumatore e di nuovi modelli di business. Da qui la necessità di costruire un e-commerce che venda: quali sono gli investimenti necessari, gli errori da evitare e le strategie da adottare per rendere profittevole il nuovo canale web prima dei propri competitor. Nell'era del "social-commerce e del mobile-commerce", il negozio online non è solo un ulteriore punto vendita, ma diventa la piattaforma attraverso la quale coordinare tutta la presenza online dell'azienda.

La multicanalità come approccio strategico per il marketing della moda
pensare  poetare

E-commerce vincente

L'informazione e la critica teatrale in rete: nuovi sguardi, nuove forme, nuovi pubblici
Store management

La mente aumentata. Dai nativi digitali alla saggezza digitale.

Publicare il tuo ebook non è mai stato come una passeggiata al parco, ma è più semplice grazie alla disponibilità di servizi, piattaforme e strumenti. Con così tante opzioni per gli auto-editori tra cui poter scegliere, gli autori dovrebbero assicurarsi di posizionarsi in modo da raggiungere il maggior pubblico possibile. Il libro include: Introduzione 1. Come auto-pubblicare 2. Guest blogging per promuovere il tuo libro 3. Una guida alle recensioni dei libri di Amazon 4. Come gli autori indipendenti possono creare dei super fan 5. Come commercializzare il tuo libro 6. Consigli creare idee da libro best seller 7. Liste email 8. Landing page del libro 9. Scrivere un ebook saggistico 10. Quanto dovrebbe essere lungo il tuo ebook? 11. Trovare una nicchia da auto-editore 12. Video marketing per il tuo libro 13. Errori nelle copertine degli autori auto-pubblicati 14. Perché i libri auto-pubblicati non vendono 15. Editoria ibrida 16. Guida completa al ghostwriting 17. Evernote uno strumento essenziale per gli scrittori 18. Editori e abbonamenti 19. Trovare lettori che amino il tuo lavoro 20. Kobo Writing Life 21. Scegliere la migliore piattaforma di pubblicazione ebook 22. Pronoun per l'auto-pubblicazione 23. Auto-pubblicazione su Amazon 24. Come dare un prezzo al tuo ebook 25. Conteggio delle parole per il tuo romanzo auto-pubblicato 26. Prima di auto-pubblicare un chapbook, libro di poesie e una raccolta di poemi 27. Farsi recensire dai book blogger 28. Book Trailer 29. Tutti i dettagli del diritto d'autore 30. Affrontare le critiche 31. L'arte delle parole chiave per Kindle 32. È ora di assumere un agente letterario 33. Come avviare una casa editrice 34. Scrivere una

Un unico ebook che raccoglie gli otto #ebooksurf scritti da professionisti dell'editoria per i professionisti alle prese con il mutamento digitale. Il titolo, Point

Break, rimanda al punto di rottura dell'onda che si ingrossa prima di infrangersi, a quel punto il surfista si alza sulla tavola e comincia a danzare. Questa metafora ben esemplifica le sfide del e nel mondo editoriale. Composto da circa 700.000 battute - su carta sarebbero più di 350 pagine - questo ebook è una raccolta unica di saperi e conoscenze per capire come affrontare i cambiamenti tra professionalità, diritti, social media, librerie online, formati, marketing e comunicazione. Gli #ebooksurf sono in vendita singolarmente a 3,99€, Point Break permette di averli subito tutti e otto al prezzo di cinque e un risparmio di oltre il 35%. Dentro Point Break sono quindi raccolti: 1) Io editore tu Rete di Sergio Maistrello 2) Oltre la carta di Letizia Sechi 3) Il mestiere dell'editor di Fabio Brivio 4) La pratica dell'ePub di Ivan Racheli 5) Editore nei social media di Federica Dardi 6) Ebook nel contratto di Ginevra Villa 7) Editoria universitaria digitale di Nicola Cavalli 8) Il libraio digitale di Francesco Rigoli

Trovi maggiori informazioni sui singoli titoli all'indirizzo <http://www.apogeeonline.com/editoriadigitale>

Brett King guarda al mondo nuovo delle tecnologie per la comunicazione 'aumentata', delle valute virtuali, dell'Internet of everything. Dall'analisi emerge che l'industria bancaria è in una fase di trasformazione dirompente. Solo pochi visionari come King se ne rendono conto. Chris Skinner, autore di Digital Bank e presidente del Financial Services Club Brett King ci scrive dal campo di battaglia della rivoluzione dei servizi finanziari e ci racconta cosa accade realmente lungo la linea del fronte. A dircelo sono gli stessi attori di questa trasformazione sulla base di dati chiave e fatti rilevanti. Una lettura obbligata per chiunque operi in questo settore. Matt Harris, direttore di Bain Capital Ventures, New York Brett King ci offre una straordinaria fotografia degli innovatori intenti a creare un nuovo futuro per il sistema bancario: un futuro che sarà liberatorio per il consumatore di servizi finanziari. David Bach, autore di bestseller su temi finanziari In ogni angolo del pianeta la tecnologia sta trasformando a ritmo serrato il sistema bancario: dallo sviluppo dei pagamenti mobili in Africa, in America latina e in Asia alla crescita sorprendente dei programmi prepagati negli Stati Uniti, in Cina, in Medio Oriente, fino all'emergere in Russia o in Israele di numerose start-up che generano varianti sempre nuove della banca. In questo volume Brett King intervista gli innovatori alla testa del cambiamento – come le menti di Google, di PayPal, di UBank – offrendo il quadro completo delle tendenze dei nuovi servizi bancari. Il lettore scoprirà che cosa hanno da dire i più brillanti innovatori della tecnologia finanziaria su argomenti quali Bitcoin, prestito P2P, social media, servizi bancari automatizzati e 'neo-banche', prospettive e obiettivi a lungo termine del settore. Dall'analisi dei casi studio scaturisce una sorta di checklist per qualsiasi banca intenda colmare il divario tra l'attuale establishment bancario e gli operatori che propongono le soluzioni più innovative. Un libro indispensabile per chiunque sia coinvolto nel settore finanziario.

All'interno di questo manuale scoprirai interessanti strategie per guadagnare online e creare un business che ti porterà ad avere una rendita passiva. Infatti non basta avere un computer e una connessione internet per guadagnare soldi via internet ma bisogna avere un metodo per riuscire a crearsi una clientela, che potenzialmente è globale. Quindi se sei interessato a scoprire interessanti

metodi per guadagnare online, questo manuale potrebbe essere al caso tuo.

Auto-pubblicazione: La guida segreta per scrivere e commercializzare un best seller

Kindle: guida non ufficiale all'ebook reader più diffuso nel mondo

e-Commerce

Tech impact. Luci e ombre dello sviluppo tecnologico

Nextgozio

Amazon vs Apple. Breve storia della nuova editoria. A 10 anni dal Kindle

Questa breve guida ti insegnerà a guadagnare online grazie ad Amazon e al suo programma pubblicitario. Sarai pagato per convogliare traffico verso il retailer più famoso e visitato al mondo. Non solo: ti spiegherà anche come guadagnare rimettendo in vendita i libri acquistati che ti hanno deluso, che non ti sono piaciuti o che ti hanno regalato e vuoi riciclare. Potrai trasformare nuovamente in denaro quelli che a lettura ultimata ti sono sembrati "soldi buttati". Non si butta via niente, si rivendono su Amazon.

Il mondo del web è oggi invaso da Ecommerce di ogni tipologia e dimensione, la maggior parte dei quali è stato creato senza una strategia adeguata né obiettivi misurabili. Il risultato? Meno dell'1% degli Ecommerce del pianeta genera oltre il 35% del fatturato totale sul web, mentre oltre il 50% deve dividersi appena il 3% dei ricavi. Come creare allora un progetto di Ecommerce che funzioni davvero? Come scegliere i consulenti o gli interlocutori giusti? Come costruire un valido team di web marketing ottimizzando le risorse? Questo libro offre una risposta a queste e ad altre domande, e presenta uno scenario completo sugli aspetti che possono decretare il successo di un progetto di vendita online. Il compagno di viaggio di ogni persona convinta che l'Ecommerce possa diventare il lavoro della vita o di ogni azienda che voglia aumentare le vendite ed espandere i propri orizzonti.

Questo libro vi dirà tutto quello che volete sapere sul mondo AmazonCome generare guadagni a 6 cifre con il programma di affiliazione di Amazon, Amazon FBA e Amazon Kindle.Siti, links, blogs da poter usare per ampliare il vostro business su Amazon3 Metodi per sfruttare al meglioEcco un breve anticipo di ciò che imparerai grazie a questa Guida:
-Come funziona Amazon. I 7 Elementi chiave - che nessuno conosce - da tenere in considerazione.-Come guadagnare con Amazon in qualità di affiliato. Cosa sono le affiliazioni di Amazon. Come si diventa affiliati di Amazon.-Perché il mercato delle affiliazioni di Amazon rappresenta la miglior scelta. I 4 migliori motivi per diventare affiliato Amazon.-Scegliere una nicchia di mercato di Amazon profittevole. Le 3 strategie - provate e testate - per capire quali prodotti sono in grado di farti generare maggiori guadagni.-Strategie passo passo per selezionare i migliori prodotti da promuovere.-Come creare un sito di affiliazione Amazon. Vedrai come in pochi click puoi settare il tuo business e iniziare a guadagnare come affiliato.-Come creare contenuti sulla base dei prodotti selezionati. Le 4 strategie più semplici da applicare per creare contenuti interessanti inerenti i prodotti scelti per il tuo sito di affiliazione di Amazon. -Procedura dettagliata step by step, senza margine di errore, per la creazione del tuo account affiliato Amazon.-Collegamento dei link affiliato. Come far fluire gli utenti dai contenuti del tuo sito direttamente sul marketplace di Amazon attraverso i tuoi link di affiliazione.-Come promuovere il tuo sito - parte I. I metodi più efficaci per promuovere il tuo sito.-Come promuovere il tuo sito - parte II. Quali sono i 6 strumenti che puoi usare per promuovere il tuo sito.-Come costruire il tuo impero di affiliazioni Amazon nel modo più efficace. I 6 elementi chiave che hanno permesso a molte persone di lasciare il proprio lavoro costruendo un business solido con le affiliazioni di Amazon. -Come incorporare un aStore di Amazon sul tuo account Facebook. Metodo semplice e veloce.-Come vendere un Ebook sulla più grande rete mondiale di libri digitali: Amazon Kindle Store-Altre strategie di marketing, specifiche per le affiliazioni Amazon, da tenere in

considerazione. 5 tecniche aggiuntive che ti consentiranno di trarre il massimo dal tuo nuovo business. la potenza di Amazon.

Viviamo un'epoca di cambiamento continuo, caratterizzata da innovazioni tecnologiche che incidono in maniera profonda e irreversibile sulla vita quotidiana di tutti. Il progresso tecnologico appare infatti così capace di sconvolgere i parametri dell'individuo e della collettività da rovesciare l'interrogativo su cosa l'uomo possa fare delle macchine in cosa le macchine possano fare dell'uomo. In questo libro il lettore può condividere uno sguardo curioso e partecipe alle trasformazioni in atto, cercando di arrivare a una sintesi di pensiero, di ottenere nuove chiavi interpretative. I molti temi trattati rappresentano i principali macrotrend socio-economici e socio-politici del momento: dalle nuove tecnologie alla sicurezza internazionale, dalla quarta rivoluzione industriale al nuovo paradigma economico della sharing economy, dai colossi sovranazionali della new economy alle trasformazioni del mercato del lavoro e alle crescenti disuguaglianze sociali. Ecco allora uno spunto di riflessione, una provocazione intellettuale che, da un lato, si propone di stimolare il confronto e di aggregare le idee e, dall'altro lato, rappresenta il tentativo di coinvolgere i leader presenti e futuri invitandoli ad assumersi l'arduo compito di incentivare, far crescere ed ampliare il dibattito pubblico intorno ai temi fondanti dell'oggi, e di individuare percorsi possibili a servizio delle scelte politiche, aziendali e personali dei prossimi anni. p.p1 {margin: 0.0px 0.0px 0.0px 0.0px; font: 10.0px Arial} p.p2 {margin: 0.0px 0.0px 0.0px 0.0px; font: 10.0px Arial; min-height: 11.0px} p.p1 {margin: 0.0px 0.0px 0.0px 0.0px; font: 10.0px Arial} p.p2 {margin: 0.0px 0.0px 0.0px 0.0px; font: 10.0px Arial; min-height: 11.0px}

I mestieri del libro

Come il retailer più inarrestabile del mondo continuerà a rivoluzionare il commercio

Viaggio al centro del magazzino più grande del mondo

Vendere Online - Come Guadagnare Vendendo Su Ebay, Amazon, Fiverr & Etsy

Amazon Total Profit

Store management. Il punto vendita come piattaforma relazionale

What is memory today? How can it be approached? Why does the contemporary world seem to be more and more haunted by different types of memories still asking for elaboration? Which artistic experiences have explored and defined memory in meaningful ways? How do technologies and the media have changed it? These are just some of the questions developed in this collection of essays analysing memory and memory shapes, which explores the different ways in which past time and its elaboration have been, and still are, elaborated, discussed, written or filmed, and contested, but also shared. By gathering together scholars from different fields of investigation, this book explores the cultural, social and artistic tensions in representing the past and the present, in understanding our legacies, and in approaching historical time and experience. Through the analysis of different representations of memory, and the investigation of literature, anthropology, myth and storytelling, a space of theories and discourses about the symbolic and cultural spaces of memory representation is developed.

Amazon è la protagonista indiscussa del commercio nel ventunesimo secolo: nata come libreria online, è diventata una delle aziende più quotate al mondo ed è leader di mercato nel cloud computing e nelle tecnologie per lo shopping. Amazon illustra con autorevolezza le strategie di business del gigante dell'e-commerce, analizzando il suo ruolo di outsider e agente della disruption, e

il suo impegno per creare valore a lungo termine per i clienti. Questo libro spiega come l'insoddisfazione profonda di Amazon per lo status quo l'abbia condotta a impegnarsi nella creazione di un'offerta retail senza pari, stravolgendo interi settori ma anche innovando nel ramo dell'intrattenimento, della logistica e della tecnologia per creare una customer experience inimitabile e priva di attriti. Frutto delle ricerche di analisti leader del settore, questa guida ritrae l'azienda a uno snodo cruciale della sua evoluzione: il momento in cui comprende che "l'online-only" non basta più. Analizza l'impatto della strategia click-and-mortar di Amazon, offrendo consigli preziosi ai retailer che vogliono reinventare il negozio fisico con il passaggio dalla centralità delle transazioni alla centralità delle esperienze e del servizio. Antonio Giangrande, orgoglioso di essere diverso. ODIO OSTENTAZIONE ED IMPOSIZIONE. Si nasce senza volerlo. Si muore senza volerlo. Si vive una vita di prese per il culo. Tu esisti se la tv ti considera. La Tv esiste se tu la guardi. I Fatti son fatti oggettivi naturali e rimangono tali. Le Opinioni sono atti soggettivi cangianti. Le opinioni se sono oggetto di discussione ed approfondimento, diventano testimonianze. Ergo: Fatti. Con me le Opinioni cangianti e contrapposte diventano fatti. Con me la Cronaca diventa Storia. Noi siamo quello che altri hanno voluto che diventassimo. Facciamo in modo che diventiamo quello che noi avremmo (rafforzativo di saremmo) voluto diventare. 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 italici. 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!

I cambiamenti avvenuti negli ultimi 20 anni hanno trasformato la società e il commercio in maniera prepotente e irreversibile. Come se non bastasse, oggi i mutamenti hanno subito una tremenda accelerazione in conseguenza alla pandemia del 2020 e spesso ad esserne maggiormente colpiti sono i negozi e il commercio al dettaglio. Nextgozio analizza come l'avvento di internet e la conseguente trasformazione digitale della società abbiano impattato sul mondo del commercio, rendendo obsoleti i modelli di business classici ma mostrando al contempo, per chi li sa cogliere, nuovi scenari e nuove possibilità prima impensabili anche per le attività locali e per i dettaglianti in genere. La rivoluzione tecnologica dell'ultimo ventennio (e l'accelerazione imposta dal Covid-19) ha modificato, tra le altre cose, il processo d'acquisto dei clienti e le loro aspettative in termini di customer experience. Dopo un breve excursus storico sull'evoluzione del commercio, il focus del libro – pensato per chi ha un negozio o un'attività locale – è quello di mostrare come la rete, i social, le nuove tecnologie e l'e-commerce non porteranno necessariamente alla scomparsa dei punti vendita fisici. Il loro prosperare però, richiede la rivisitazione del modello di business "classico" e l'integrazione delle attività di promozione e di gestione off-line con quelle on-line, al fine di offrire all'utenza esperienze d'acquisto in linea con le nuove abitudini dei clienti,

grazie alle irrinunciabili possibilità date dalle nuove tecnologie.

Self-publishing lab

plyxx

Commercio al dettaglio nell'era digitale: quale futuro dopo il Covid-19

Breaking Banks

Il mestiere dell'autoeditore

Metodi Per Guadagnare Online: Dalle Affiliazioni al Dropshipping, Youtube, Influencer Marketing, Amazon FBA, Ebay, Sondaggi, da Fiverr fino alla Vendita di Siti

Facebook, Amazon, Google e Netflix: le "FANGs", rappresentano l'emblema delle new economy. Divenute ormai grandi monopoli, generano enormi ricchezze che però non si diffondono, restando in mano a pochi. E l'economia nel suo complesso sta vivendo un'era di "stagnazione secolare" dove il fenomeno dei nuovi monopoli si intreccia con un'endemica disoccupazione e con crescenti disuguaglianze sociali. Dopo Disruptive innovation: economia e cultura nell'era delle start-up, in questo nuovo volume Fabio Menghini indaga sulle FANGs e sui meccanismi alla base della new economy. Cosa c'è all'origine dell'attuale crisi dell'economia e quali compiti spetterebbero ai governi nazionali per contribuire al suo rilancio? In tutto questo, quali mosse dovrebbe fare l'Italia per uscire dal suo declino?

Completano il volume due contributi sulla new e gig economy.

Se scrivere è principalmente un'attività solitaria (come d'altra parte anche leggere), pubblicare è invece un'impresa collettiva. Tra l'autore e il lettore, infatti, un esercito di persone è all'opera per far sì che un testo si trasformi in un libro in vendita nelle librerie. Questo libro parla di loro. I mestieri del libro vuole offrire una prima, sintetica informazione sul mondo dell'editoria libraria, concentrandosi sul settore che comprende la maggior parte di ciò che si trova oggi sui banchi delle librerie: dai romanzi ai saggi, dalle raccolte di poesia alle opere storiografiche, ai manuali, ecc. E cerca di farlo seguendo il percorso del libro dall'autore al lettore, analizzando dunque le modalità attuali di produzione, commercializzazione, diffusione e consumo librari, riservando una particolare attenzione agli aspetti economici e di marketing e passando in rassegna il ruolo delle diverse figure professionali coinvolte. Cenni storici, curiosità, dati statistici, tabelle e un'ampia bibliografia completano il volume, invitando a ulteriori approfondimenti. Un testo di riferimento che si rivolge a chi vuole avvicinarsi al mondo dell'editoria, a chi già vi appartiene ma ne padroneggia solo una parte, e semplicemente al lettore curioso che desidera conoscere la strada che un libro -- quello che ha in mano in questo momento, per esempio -- ha compiuto per giungere fino a lui.

1302.1.1

e-Commerce è un manuale pratico, utile per affrontare le fasi che portano all'apertura di un negozio online e al conseguente periodo di avviamento. Una guida completa che racconta di strategie, opinioni, errori evitabili ed esperienze di successo; legata tanto al metodo quanto agli strumenti. Ecco perché i suoi contenuti vi saranno utili sia come guida nella fase di progettazione del sito sia come reference nella fase di gestione. Il testo illustra tutti i passaggi obbligati per chi desidera aprire un negozio online: dall'idea all'analisi, dal prodotto alla concorrenza, dalla realizzazione all'ottimizzazione, dagli aspetti legali a quelli di gestione. Ma è anche una vera guida pratica che aiuta a risolvere le problematiche nel singolo progetto, basandosi sull'analisi di shop di successo,

sull'esperienza di chi fa e-Commerce da anni e sulla valutazione delle scelte che poi, a seconda dei casi, si rivelano profittevoli o inconcludenti. Tra i contenuti oltre 250 immagini, screenshot e grafici, 470 link, 30 tabelle, 170 note, 12 interviste a esperti, 14 contributi da merchant e professionisti, casi studio ed esempi reali con lo scopo di ispirare e rendere la lettura il più possibile varia e piacevole.

Dai modelli di business alle strategie di vendita online

Dioniso e la nuvola

Come pubblicare il tuo libro con Createspace

Le FANGs: Facebook, Amazon, Netflix, Google

E-commerce. Marketing & vendite

Vendere tutto

Stai scrivendo un libro? O magari lo hai già scritto e vorresti farlo arrivare ai lettori? E se diventassi tu l'editore del tuo libro? L'autoeditoria (self-publishing) è un modello editoriale in cui la figura dell'autore e quella dell'editore coincidono. L'autoeditore (self-publisher), infatti, gestisce tutte le fasi di realizzazione di un prodotto editoriale dalla sua ideazione iniziale fino alla sua promozione nel mercato, anche attraverso la collaborazione con professionisti del settore. Per questo motivo il mestiere dell'autoeditore racchiude in sé tre ruoli: autore, editore e imprenditore. Se stai pensando di diventare un autoeditore, se lo sei già, ma sai di avere ancora qualcosa da imparare (perché c'è sempre qualcosa da imparare), o se semplicemente, anche solo per curiosità, vuoi conoscere questo mestiere, questo è il libro che fa per te. -- Ulteriori informazioni su "Self-publishing lab. Il mestiere dell'autoeditore" -- Oltre a introdurre il concetto di autoeditoria e autoeditore, questo libro ti guiderà attraverso tutte le fasi di lavoro svolte dai tre ruoli di questo mestiere, affinché la tua idea diventi un libro che può raggiungere i tuoi lettori target. Autore, che si occupa della creazione del manoscritto: - ideazione del prodotto editoriale (genere, argomento, dimensioni); - programmazione dell'attività di scrittore sul breve e lungo termine; - scelta degli strumenti per scrivere; - preparazione alla scrittura; - organizzazione del tempo da dedicare alla scrittura; - ricerca dell'ispirazione; - miglioramento dell'arte e della tecnica; - scrittura; - pre-promozione e attività pre-editoriali; - finanziamento del progetto; - gestione delle critiche. Editore, che gestisce la trasformazione del manoscritto in prodotto editoriale: - selezione dei collaboratori; - revisione del manoscritto; - preparazione degli altri contenuti testuali del libro; - formattazione del testo; - realizzazione della copertina; - descrizione del libro; - individuazione dei generi e dei sottogeneri; - creazione dell'ebook; - selezione e utilizzo delle piattaforme di pubblicazione e distribuzione (Kindle Direct Publishing, Kobo Writing Life, centro partner di Google Play Libri, Apple Books, aggregatori nazionali e internazionali); - determinazione del prezzo del libro; - creazione dell'edizione cartacea; - creazione dell'audiolibro; - traduzione in altre lingue; - altre informazioni utili (ISBN, protezione del diritto d'autore, aspetti fiscali); - approfondimento su Amazon. Imprenditore, che consente al prodotto editoriale di giungere ai lettori: - definizione del brand come autore; - pre-promozione,

fidelizzazione e passaparola; - lancio del libro; - scrittura e diffusione di un comunicato stampa; - richieste di recensioni su blog e testate giornalistiche; - realizzazione di booktrailer, podiobook, presentazioni video; - sfruttamento di strumenti promozionali (blog tour, guest post, articoli su web magazine, ebook gratuiti, podcast, blog, video blog e tanto altro); - sfruttamento dei social network a scopo promozionale (Facebook, Twitter, Goodreads e tutti gli altri); - sfruttamento degli eventi offline (presentazioni, conferenze, fiere); - strategie di pubblicazione (libri autoconclusivi, romanzi a puntate, serie, serial, cicli, frequenza di pubblicazione); - strategie per campagne pubblicitarie su Facebook; - informazioni sul funzionamento di Amazon Advertising. Inoltre, ti illustrerà le interazioni esistenti tra l'autoeditoria e l'editoria tradizionale (cessione di alcuni diritti, autori ibridi), fornendoti gli elementi necessari per valutare una proposta di pubblicazione. Questo libro è rivolto agli autori che scrivono i propri libri, quindi senza avvalersi di ghostwriter. Il contenuto di questo libro è aggiornato al luglio 2021.

Scrivere 2.0 significa scrivere utilizzando strumenti propri del web di ultima generazione, sapendo quale scegliere a seconda delle circostanze. Per cogliere appieno queste nuove opportunità, dovremo forse rinunciare ad alcune abitudini, ma sarà per introdurne di nuove, decisamente più proficue. Questo libro illustra tutti i servizi online di ultima generazione utili a chi scrive per passione o per professione. Non è un manuale su come scrivere per il Web, bensì un manuale su come utilizzare il Web per scrivere. Obiettivo del testo è di aiutare a trovare e usare gli strumenti che il Web 2.0 mette a disposizione per migliorare il proprio lavoro di scrittura, rendendolo più produttivo, più efficiente e più veloce. Si imparerà così a ricorrere a servizi online specifici non solo in fase di pubblicazione, ma anche in quella di organizzazione del lavoro, di ricerca, di elaborazione dei documenti e, se prevista, di collaborazione sui testi. L'ultima parte, dedicata agli ebook e alla diffusione online dei contenuti, aiuta a comprendere i meccanismi attuali della distribuzione editoriale, del web marketing dei testi e offre una guida puntuale per promuovere se stessi e i propri libri grazie al Web sociale.

585.2

Il Lean Marketing è un metodo innovativo che ripensa prodotti, servizi e strategie partendo dal cliente, dalla soluzione di un suo problema o dall'unicità di un'esperienza che gli viene offerta. Il Lean Marketing Model fa fluire il valore verso il cliente, in modo veloce ed efficace, fornendo l'essenziale, ad un prezzo competitivo, quando e dove vuole il cliente. La sfida consiste nel farlo combattendo gli sprechi di tempo e risorse, eliminando gli errori, ottimizzando l'esistente, riducendo i costi, massimizzando i risultati, mirando all'eccellenza. Il metodo è fondato sulla misurabilità dei risultati, su idee «agili» lanciate sul mercato attraverso il trystorming (pioggia di prove) mettendo a valore le idee vincenti e di successo, rispettando l'errore, esaltando la velocità, non sprecando risorse e budget. Il Lean Marketing ha un approccio pratico e si sposta nel

«gemba» (dove accadono le cose), analizzando i modelli di consumo, le modalità di erogazione e distribuzione del valore, coinvolgendo le persone, migliorando i processi di vendita, digitalizzando i prodotti, guidando l'azienda verso il successo. Nel volume viene presentato il Lean Marketing Canvas, un efficace strumento operativo che consente di riorganizzare ed efficientare i processi di marketing, comunicazione e vendite delle aziende. Il lettore troverà una serie di esempi e applicazioni del Lean Marketing Canvas in diversi settori: digital, sanitario, turistico, enogastronomico. p.p1 {margin: 0.0px 0.0px 0.0px 0.0px; font-size: 12.0px Helvetica} p.p2 {margin: 0.0px 0.0px 0.0px 0.0px; font-size: 12.0px Helvetica; min-height: 14.0px}

I grandi gruppi della new economy nell'epoca della stagnazione economica
Come guadagnare grazie ad Amazon

Il punto vendita come luogo di customer experience

Comunicazione digitale e professioni 2004

ANNO 2021 LA CULTURA ED I MEDIA SESTA PARTE

Fashion Branding 3.0 La multicanalità come approccio strategico per il marketing della moda

La rivoluzione tecnologica degli ultimi decenni ha cambiato molti dei presupposti su cui si fondava il mondo del retail. Le aspettative dei clienti stanno evolvendo alla velocità del digitale: chi acquista desidera vivere un'esperienza sempre più coinvolgente, personalizzata e appagante. Le informazioni circolano a una velocità straordinaria, il mercato è diventato più orizzontale, inclusivo e social, il customer journey è sempre meno lineare e prevedibile, e chi prima era solo un "destinatario" delle campagne di marketing e comunicazione oggi ne diventa sempre più protagonista. Se per molti tutto questo rappresenta un problema - o addirittura l'"apocalisse del retail", come è stato affermato con una certa superficialità - per altri si tratta di una straordinaria opportunità. Il digitale cambia le regole del gioco. In questo libro Philip Kotler e Giuseppe Stigliano offrono un quadro sintetico delle trasformazioni in atto, e insieme una serie di consigli strategici - 10 regole, appunto - per i retailer che desiderano fondere marketing tradizionale e digitale, scegliere le tecnologie più funzionali, allineare le informazioni trasmesse in tutti i punti di contatto - online e offline - tra brand e clienti, trasformare i negozi fisici in destinazioni. Per conquistare la fedeltà dei consumatori e difendersi dai competitor più aggressivi. Le tesi e i principi esposti in Retail 4.0 si arricchiscono di risvolti pratici nella terza parte del libro, dove gli autori si confrontano con il punto di vista del mercato grazie alle interviste con amministratori delegati e top manager di aziende internazionali come Amazon, Autogrill, Boggi, Bridgestone, Brooks Brothers, Brunello Cucinelli, Campari Group, Carrefour, Coccinelle, Disneyland Paris, Eataly, Henkel, HSBC, KIKO Milano, La Martina, Levi Strauss & Co., Marks & Spencer, Moleskine, Mondadori Retail, Natuzzi, Safilo Group, SEA - Aeroporti di Milano, Shiseido Group.

LA STORIA DEFINITIVA DI AMAZON E DEL SUO AMBIZIOSO, INTRAPRENDENTE, CONTROVERSO FONDATORE: JEFF BEZOS AMAZON.COM è nata inviando libri per posta e ha cavalcato la prima ondata dell'isteria dot-

com. Ma il suo visionario fondatore Jeff Bezos non si accontentava di essere un libraio alla moda; voleva che Amazon offrisse un assortimento illimitato e una comodità senza pari, a prezzi più bassi di chiunque altro: voleva che diventasse il “negozio globale”. Per realizzare la sua grandiosa visione, ha sviluppato una cultura aziendale improntata a un’ambizione sfrenata e a segreti mai rivelati. Almeno fino a oggi. Per la prima volta, il reporter di Bloomberg Businessweek Brad Stone intervista dipendenti ed ex dipendenti di Amazon, i familiari di Bezos, e presenta ai lettori la vera storia di Amazon, arricchita da testimonianze dirette. Rispetto agli altri grandi innovatori della tecnologia – Jobs, Gates, Zuckerberg – Bezos è un uomo estremamente riservato. Ma la sua incessante ricerca di nuovi mercati spinge Amazon in avventure emozionanti e rischiose, come il Kindle e il cloud computing, per trasformare il commercio come Henry Ford trasformò l’industria: con una temerarietà pari solo al suo impegno per offrire la customer experience perfetta. Vendere tutto è la biografia completa e definitiva dell’Internet company che ha piazzato una delle prime e più grandi scommesse sul Web e che ha cambiato per sempre il nostro modo di leggere e di fare shopping. È la vera e attesissima storia dell’azienda che incarna la nostra epoca e un ritratto intimo e profondo dell’iconico imprenditore che l’ha fondata.

Performing Memories

Codice Amazon

La banca reinventata: innovatori, visionari e strateghi protagonisti di un mondo che cambia

Promotion Revolution

Gli strumenti del Web 2.0 al servizio di chi scrive

Retail 4.0