

COLLANA STRUMENTI



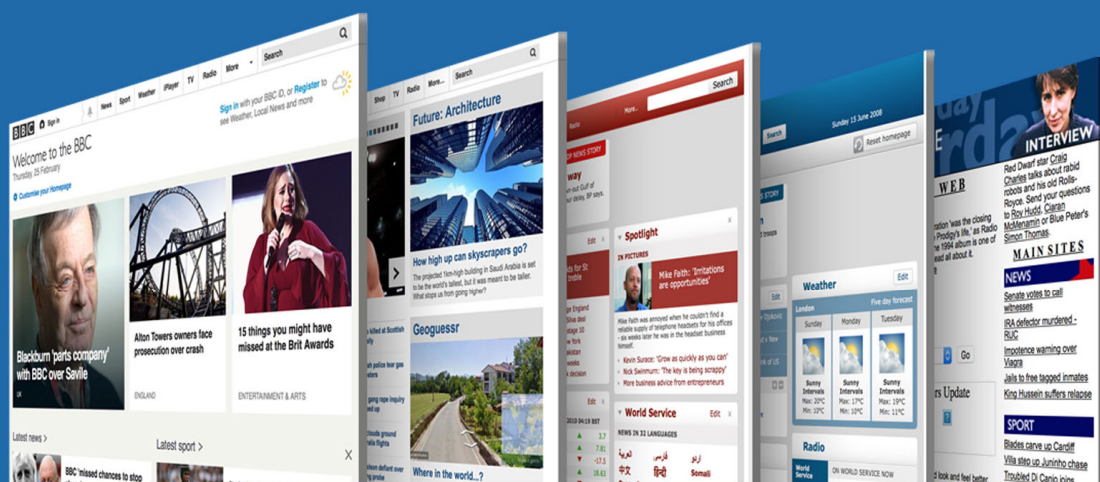
Manuale
e corso
online

CLAUDIO TORRELLA

MARKETING E MANAGEMENT PER WEB PUBLISHING

Le formule di chi ha successo
gli errori di chi ha fallito

*Modelli, soluzioni, analisi e dati per lanciare siti web d'informazione
giornalistica, culturale, sociale, scientifica, artistica, professionale*



FIRSTMASTER



FirstMaster

Collana Strumenti

Claudio Torrella

**MARKETING E MANAGEMENT PER
WEB PUBLISHING**

Le formule di chi ha successo, gli errori di chi ha fallito

Modelli, soluzioni, analisi e dati per lanciare siti web d'informazione
giornalistica, culturale, sociale, scientifica, artistica, professionale

L'autore

Claudio Torrella è autore di numerosi manuali, corsi e master nei vari settori delle attività editoriali, periodiche e librerie. Le sue competenze teoriche e pratiche sono il risultato di aggiornamenti continui e di esperienze dirette in qualità di socio e/o amministratore di società editoriali, in Roma.



Altre note biografiche a fine volume

© 2019 Ass. Cult. FirstMaster, Roma

ISBN 978-88-98618-09-5

Impaginazione dal Master di editoria FirstMaster 2019

Indice

Introduzione	7
La mappa del successo	8

► Prima parte

Le formule di successo per il web publishing	11
1.1 - La formula generalista	12
1.2 - La formula del network	14
1.3 - La formula dell'associazione in partecipazione	17
1.4 - La formula dell'Huffington Post	21
<i>1.4.1 - La tattica Snowflake</i>	<i>23</i>
<i>1.4.2 - Un ruolo innovativo per l'informatica</i>	<i>25</i>
<i>1.4.3 - Condivisione + viralità = lettori²</i>	<i>26</i>
1.5 - Il modello Viral News.....	28
<i>1.5.1 - Viral News: il caso BuzzFeed</i>	<i>30</i>
<i>1.5.2 - I segreti del successo di BuzzFeed</i>	<i>31</i>
1.6 - La formula dell'informazione ad alto valore d'uso	33
<i>1.6.1 - Come guadagnare 5 milioni al mese, in abbonamenti.....</i>	<i>34</i>

1.7 - Altri sette casi interessanti	36
1.8 - L'applicazione del market oriented	40
1.9 - Minisiti e storie di successo milionario.....	44
1.10 - Caccia all'errore.....	47

► **Seconda parte**

Management e marketing per fare la differenza.....	51
2.0 - Come ottenere l'equilibrio di gestione.....	52
2.1 - La giusta prospettiva	55
2.2 - Pubblicità online	58
2.3 - A proposito di giornali stampati.....	59
2.4 - La redditività dei siti web.....	62
2.4.1 - <i>Il vantaggio di capovolgere il punto di vista</i>	64
2.4.2 - <i>Un caso interessante</i>	65
2.4.3 - <i>Lettori temporanei/non temporanei</i>	67
2.4.4 - <i>Lettori a... termine</i>	67
2.4.5 - <i>Argomenti limitati e illimitati</i>	68
2.4.6 - <i>Ricerche di mercato</i>	71
2.5 - Il vantaggio competitivo nel web.....	76
2.5.1 - <i>Vantaggi competitivi nella "produzione"</i>	77

2.5.2 - <i>Vantaggi competitivi nella commercializzazione</i>	78
2.5.3 - <i>Vantaggi competitivi nella finanza</i>	79
2.6 - <i>La differenziazione</i>	82
2.6.1 - <i>Titolo e posizionamento competitivo</i>	83
2.7 - <i>Web publishing con le newsletter</i>	88
2.7.1 - <i>Newsletter: come iniziare</i>	88
2.7.2 - <i>I vantaggi delle newsletter</i>	90
2.7.3 - <i>Come ottenere ottime newsletter e iniziare gratis</i>	92

► **Terza parte**

Tutte le fonti di finanziamento e guadagno	95
3.0 - <i>Elenco delle fonti economiche</i>	96
3.1 - <i>Vendere notizie: pay-per-read</i>	101
3.1.1 - <i>Miracoli del calcolo combinatorio</i>	101
3.2 - <i>Vendere servizi e/o prodotti propri</i>	107
3.3 - <i>Vendere spazi pubblicitari</i>	108
3.3 - <i>Vendere spazi pubbl. per il pay per impression, o PPI</i>	110
3.4 - <i>Vendere spazi pubbl. per il pay per click o PPC</i>	112
3.5 - <i>Vendere spazi pubbl. per il pay-per-lead o PPL</i>	114
3.6 - <i>Vendere sp. pubbl. per il pay-per-sale e affiliazione</i>	115

3.7 - Le affiliazioni indirette.....	121
3.8 - La soluzione dei mercati esteri.....	125
3.9 - Le nuove soluzioni per finanziare un progetto editoriale	131
3.9.1 - <i>Crowdfunding Reward-based</i>	132
3.9.2 - <i>Crowdfunding Equity Based</i>	138
3.9.3 - <i>Crowdfunding Donation Based</i>	141
3.9.4 - <i>Crowdfunding Lending Based</i>	142
3.9.5 - <i>Piattaforme ibride</i>	143
3.10 - Supporti per un sito di successo	146
3.11 - Le 27 piattaforme di marketing editoriale.....	149
3.11.1 - <i>Strumenti di analisi comportamentale degli utenti</i>	150

► **Appendice**

4.1 - Parole e concetti essenziali per il web publisher.....	153
4.2 - Corsi online utili per il web publishing.....	157
4.3 – Note sull'autore	160