

Sommario

Prologo	
La Sindrome del Luccio	VII
Capitolo 1	
L'importanza assoluta del social web	1
Capitolo 2	
Differenze della funzione di vendita nell'ambiente digitale	23
Capitolo 3	
La preparazione all'esordio online	43
Capitolo 4	
Il modello di generazione dei clienti potenziali nel mondo digitale	71
Capitolo 5	
Valutazioni quantitative nel nuovo modello delle vendite digitali	95
Capitolo 6	
La creazione del valore: modalità e motivazioni del contenuto	121
Capitolo 7	
Dal coinvolgimento all'opportunità	139
Capitolo 8	
Farsi notare	151
Capitolo 9	
Strumenti e piattaforme	167
Conclusioni	
Perché vendita e marketing devono cooperare	181