

INDICE

Prefazione di Gianluca Diegoli	ix
Introduzione	xi
Capitolo 1 – Dipende, tutto	1
La prestazione o la relazione?	4
Galeotta fu la planetaria	5
Non serve dire di fare qualcosa, o forse sì?	6
E quindi?	7
Capitolo 2 – La comunicazione viene dopo	9
Marketing o comunicazione?	10
Perché viene dopo?	11
Meglio buono che bello?	12
Vai dove c'è bisogno di te	13
Dopo, non mai	15
Capitolo 3 – Dire qualcosa non vuol dire avere qualcosa da dire	17
Posto ergo sum	17
Ma veramente ho scritto quella cosa?	18
E le aziende che dicono?	19
Che lingua parli?	21
Che cosa dire, se hai qualcosa da dire	23
Quanto sono circolari i tuoi contenuti?	24
Tu te la ricordi Clubhouse?	29
Se non hai nulla da dire, non dire niente	30
Capitolo 4 – È una questione di importanza, ma anche di frequenza	33
Come decido quanti post pubblicare?	36
CPMo o CPC? È la domanda sbagliata	40
Capitolo 5 – La popolarità e il prestigio	45
La formula per la viralità (non esiste)	46
Bene o male purché se ne parli	47
Instant marketing	48

Tanti auguri a te, tanti auguri a te	50
La linea comica	51
Capitolo 6 – Specchio, specchio delle mie brame	55
Le metriche della vanità (che non lo erano)	56
L'importanza del CTR	58
L'interazione è sopravvalutata	60
È merito mio, tuo, nostro	61
Capitolo 7 – Il contesto fantastico	65
Mi piace, non mi piace	66
La realtà è sopravvalutata	67
Un ambiente di transcodificazione	68
Il genio dell'AI	69
Capitolo 8 – Caro amico, ti scrivo	73
Unsubscribe o barbarie	74
Coltivare il proprio orto	74
Così mi distraigo un po'	76
Il postino suona sempre due volte	77
La forma e la sostanza	78
Capitolo 9 – Nel dubbio defollowa	81
I leader d'opinione e gli influencer	83
La popolarità e il prestigio, ancora una volta	85
Patti chiari e amicizia lunga	87
L'alba dentro l'imbrunire	88
Capitolo 10 – Un po' meno, un po' meglio	91
Contrordine compagni	92
Promesse da marinaio	94
Ai tempi dell'AI	96
<i>Post Scriptum</i>	101
Bibliografia (involontaria)	105
Ringraziamenti	111