

web marketing tools

STRUMENTI E STRATEGIE PER L'ECONOMIA DIGITALE

Spedizione in abbonamento postale - 70% - Milano EDIZIONI PRO-SOURCES Srl RIVISTA MENSILE L. 15.000 / € 7,75

45



I FIGLI DIGITALI DI MAMMA RAI

**CARLO NARDELLO
GIANLUCA NICOLETTI**

di Paolo Barbesino

STRATEGIC INSIGHT
SHERLOCK HOLMES E IL B2B

FULVIO CERUTTI 20

STRATEGIC INSIGHT
**LE COMUNITA' D'IMPRESA
ALLA PROVA DELLA KNOWLEDGE ECONOMY**

FRED ALBERTI E ALBERTO POLI 26

WEB MARKETING TRIBAL ECONOMY
IO SONO UN NOMADE PORTATILE

EMANUELE DAINESI 34

WEB MARKETING INTERNET STRATEGY BASICS
COME SVILUPPARE UN INTERNET MARKETING PLAN 4ª PARTE

ROBERTO VENTURINI 40

WEB ADVERTISING
NO, NON E' LA TV

MAURIZIO GOETZ 57

COMUNICAZIONE
COSA SI AGITA IN RETE

PAOLO GUADAGNI 65

COMUNICAZIONE
ARRIVANO I NUOVI UNTORI

ERRICO FORMICHELLA 68

TECNOLOGIA
PERSONALIZZARE I SITI PER UN'UTENZA MOBILE MA NON SOLO

ANNA STEFANI 80

WEB TRENDS
E-LEARNING MANAGEMENT

RITA VIOTTI 84

WEB TRENDS
PUSH & PULL: IMPRESSIONI SULLA FORMAZIONE

ENNIO MARTIGNAGO 87

WEB TRENDS
2001: ODISSEA NELLA RETE GLOBALE

SILVIA NIDASIO E GIOVANNI TAMBORINI 90

WEB TRENDS
**DIGITAL DIVIDE: I PROGETTI DI RISOLUZIONE
A LIVELLO INTERNAZIONALE**

SILVIA LELLI 93

WEB TRENDS
**IL CONCETTO DI STABILE ORGANIZZAZIONE
NEL COMMERCIO ELETTRONICO: IL SITO WEB E IL SERVER**

ROBERTO BRUSTIA 99

103

SPECIALE
**MISURARE
LA RETE**

E-METRICHE IN PRATICA! 104
di Luca Meyer

LE NUOVE ALCHIMIE DELLA RETE 110
di Antonio Sonzini

web marketing tools

STRUMENTI E STRATEGIE PER L'ECONOMIA DIGITALE

tools

Spedizione in abbonamento postale - 70% - Milano EDIZIONI PRO-SOURCES Srl RIVISTA MENSILE L. 15.000 / € 7,75

4.44

STRATEGIC INSIGHT

CHE COSA OFFRI IN CAMBIO?

FULVIO CERUTTI 21

STRATEGIC INSIGHT

E-MAIL MARKETING: NOTIZIE DAL FRONTE

MARCO RIVOCCHETTI, EMANUELE FERRO, JASMIN TRIPODI 25

WEB MARKETING TRIBAL ECONOMY

RAVE AGAINST THE MACHINE

EMANUELE DAINESI 40

WEB MARKETING INTERNET STRATEGY BASICS

COME SVILUPPARE UN INTERNET MARKETING PLAN 3^a PARTE

ROBERTO VENTURINI 46

WEB MARKETING COME LI MONITORIAMO QUESTI UTENTI?

SITE-CENTRIC O VISITOR-CENTRIC

LUCA MEYER 56

WEB ADVERTISING

CERCASI BANNER DISPERATAMENTE

ANGELO OLIVA 64

COMUNICAZIONE

IL NEW OROSCOPO DI UNA ESTATE VERY COOL

TONY GHERARDELLI 70

COMUNICAZIONE

ASCOLTIAMO LA RETE

PAOLO GUADAGNI 77

COMUNICAZIONE

IL FUTURO DEGLI ITALIANI: LA iTV

LUCA MAGNANI 83

TECNOLOGIA

REPORTAGE SULLA JAVA CONFERENCE

ANNA STEFANI 90

WEB TRENDS

NON SOLO I-MODE

RITA VIOTTI 94

WEB TRENDS

LA SFIDA INTERNAZIONALE DEL DIGITAL DIVIDE

SILVIA LELLI 100

WEB TRENDS

HEALTHCARE MARKETING

ERRICO FORMICHELLA 111



L'OSPITE



PIRELLI RACCONTA e-PIRELLI

ANDREA PIRODINI 4di Francesco Sacco
e Giovanni Vannini

121

**SPECIALE
E-LEARNING**

LE VIE DELL'E-LEARNING

122

di Ennio Martignago

E-LEARNING? STICKY BUSINESS!
IL CASO SIMULWARE

128

di Alberto Bregani

Max Netroom™
Investigatore Virtuale 13

web marketing tools

STRUMENTI E STRATEGIE PER L'ECONOMIA DIGITALE

Spedizione in abbonamento postale - 70% - Milano EDIZIONI Pro-Sources Srl
RIVISTA MENSILE L. 16.500 / € 8,52

47



NOVEMBRE 2001



113 SPECIALE
CERTIFICAZIONE

LA QUALITÀ
ARRIVA IN RETE

114 di Errico Formichella

IL BOLLINO VALE
PIÙ DEL BRAND?

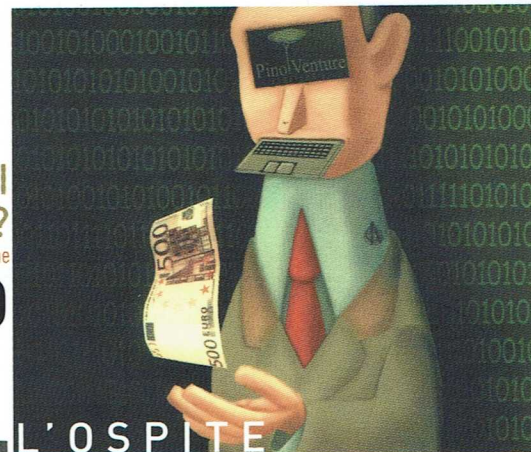
121 di Jarvis Macchi

CAPITALI
CORAGGIOSI?

di Manfredi Perrone

ELSERINO PIOL

16



L'OSPITE

STRATEGIC INSIGHT

FARE IMPRESA **24** MATRIMONI D'INTERESSE di Salvino A.Salvaggio e Massimiliano Castoldi
CASE STUDY **38** WEB TICKETING, IL BIGLIETTO CORRE SUL FILO di Fulvio Cerutti

FIVE QUESTIONS
22 Risponde **Maurizio Ammannato**
Marketing Director EPIClink

MIND IN ACTION

WEB MARKETING **48** MULTICHANNEL MARKETING LAVORI IN CORSO PER UN FUTURO DI SUCCESSO di Basilio Bentivegna
COMUNICAZIONE **64** LA ITV. COME CAMBIA IL FUTURO DEGLI ITALIANI di Luca Magnani

FINE TUNING

WEB TRENDS **78** ADOTTIAMO UN MELO A DISTANZA di Anna Stefani
TECNOLOGIA **92** GLI AGENTI INTELLIGENTI: LA CREAZIONE DI NUOVA CONOSCENZA di Guido Wizemann
LA LEGGE **104** PERMUTA DI BANNER E SCAMBIO DI LINK: IMPLICAZIONI CIVILISTICHE E FISCALI di Roberto Brustia e Gennaro di Noia

CONTENT

STRATEGIC INSIGHT

FARE IMPRESA



24 MATRIMONI D'INTERESSE
di Salvino A. Salvaggio e Massimiliano Castoldi

**31 IL PASSAGGIO ALL'INTERNAL RATING:
IL SISTEMA ENRING** di Andrea Migliavacca

34 TUTTI DENTRO! HANNO CHIUSO INTERNET
di Alessandra Costa e Dario Voltattorni

CASE STUDY

38 WEB TICKETING, IL BIGLIETTO CORRE SUL FILO
di Fulvio Cerutti

MIND IN ACTION

WEB MARKETING



**48 MULTICHANNEL MARKETING LAVORI
IN CORSO PER UN FUTURO DI SUCCESSO**
di Basilio Bentivegna

54 AGGIUSTIAMO LA MIRA (PARTE 1ª) di Roberto Venturini

59 ATTRACTOR CONCEPT di Ivan Mazzoleni

COMUNICAZIONE

64 LA ITV. COME CAMBIA IL FUTURO DEGLI ITALIANI
di Luca Magnani

68 L'ESPERIENZA INSEGNA! di Martina Zavagno

72 USABILITÀ E WEB ADVERTISEMENT di Michele Visciola

FINE TUNING

WEB TRENDS



78 ADOTTIAMO UN MELO A DISTANZA
di Anna Stefani

83 UNA NEWSLETTER DA VISITA
di Silvia Nidasio e Giovanni Tamborini

86 L'ALTRA AULA di Ennio Martignago

89 ...E PER DIRETTORE MARKETING, L'AMBIENTE
di Bruno Bonsignore

89 NELLA RETE A CACCIA DI LOYALIST di Rita Viotti

TECNOLOGIA

**92 GLI AGENTI INTELLIGENTI: LA CREAZIONE DI NUOVA
CONOSCENZA** di Guido Wizemann

97 I CONTI IN TASCA AL SITO di Luca Meyer

LA LEGGE

100 THE DOMAIN ZONE: IL REGISTRY PER I .BIZ
di Alessia Ambrosini

**104 PERMUTA DI BANNER E SCAMBIO DI LINK:
IMPLICAZIONI CIVILISTICHE E FISCALI**
di Roberto Brustia e Gennaro di Noia

**16 L'OSPITE Elserino Piol
CAPITALI CORAGGIOSI?**
di Manfredi Perrone



RUBRICHE

1 SCREENSHOT di Alberto Bregani

2 EDITORIALE di Antonio Sonzini

8 READERSHIP2001 di Vanessa Capece

10 IN MEDIA STAT VIRTUS di Paolo Barbesino

12 CHI L'HA LETTO?

13 MAX NETROOM™ INVESTIGATORE VIRTUALE

14 NEXTEVOLUTION SÌ, VIAGGIARE
di Gian Roberto Casaleggio

22 FIVE QUESTIONS RISPONDE MAURIZIO AMMANNATO

**42 TRIBAL ECONOMY
DOWNLOADING Y-ERLESS GENERATION** di Emanuele Dainesi e Michele Savani

74 dBRANDING
BRAND BUILDING ONLINE: ma come fai se la risorsa non ce l'hai
di Matthew S. Childs

110 OUT LAW ON THE NET
Microsoft XP. Il capestro sulle imprese di Andrea Monti

RECENSIONI A CURA DI VITTORIO PASTERIS

124 LA VITA SOCIALE DELL'INFORMAZIONE

John Seely Brown, Paul Duguid - ETAS Libri

125 GEEKS Jon Katz - Fazi Editore

125 LA SVOLTA DIGITALE

Paolo Moro, Roberto Pesenti - Sperling & Kupfer Editori

126 GLI AFFILIATI A WMT

128 OFF-LINE RIFLESSIONI A MODEM SPENTO
di Giancarlo Livraghi

113 SPECIALE CERTIFICAZIONE

114 LA QUALITÀ ARRIVA IN RETE
di Errico Formichella

121 IL BOLLINO VALE PIÙ DEL BRAND?
di Jarvis Macchi



web marketing tools

www.wmtools.com

STRUMENTI E STRATEGIE PER L'ECONOMIA DIGITALE

Spedizione in abbonamento postale - 70% - Milano EDIZIONI Pro-Sources Srl

RIVISTA MENSILE € 8,50 / L. 16.458

49

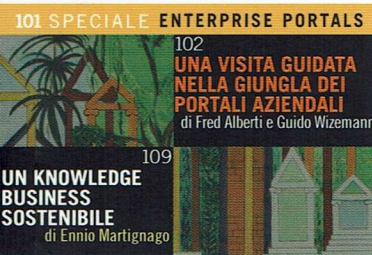
*KB Business
Sostenibile*

GENNAIO 2002

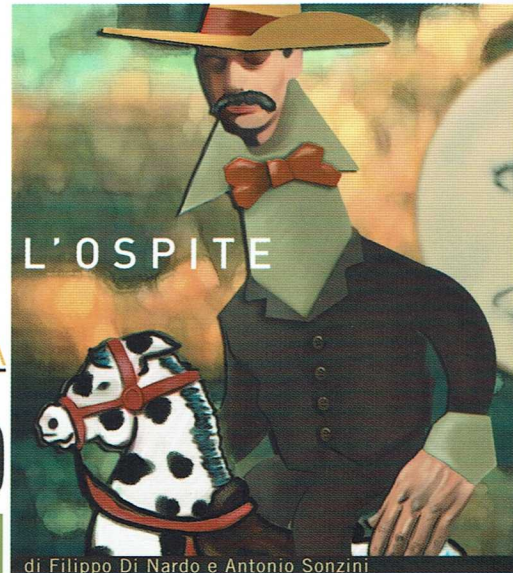
101 SPECIALE ENTERPRISE PORTALS

102 UNA VISITA GUIDATA NELLA GIUNGLA DEI PORTALI AZIENDALI
di Fred Alberti e Guido Wizemann

109 UN KNOWLEDGE BUSINESS SOSTENIBILE
di Ennio Martignago



14 ALLA CONQUISTA DELL'E-WEST SERGIO COFFERATI



22 FIVE QUESTIONS Risponde **Mario Petazzini** Country Manager di Progress Software

FARE IMPRESA 24 VITA DA CEO: IL VERO TIRANNO È IL TEMPO di Jarvis Macchi
E-GOVERNMENT 44 CITTADINI FRA CAPITALE SOCIALE E ADVOCACY di Silvia Nidasio e Giovanni Tamborrini
CASE STUDY 50 GESTIRE IL CREDITO IN PUNTA DI SOFTWARE di Anna Stefani e Elena Vindimian

WEB MARKETING 56 LE RELAZIONI PERICOLOSE DELLA PUBBLICITÀ TRADIZIONALE di Roberto Venturini
WEB ADVERTISING 64 CREATIVITÀ SENZA FRONTIERE: SONO I PARTICOLARI A FARE LA DIFFERENZA di Angelica Savoini
COMUNICAZIONE 68 COMMUNITIES: INCONTRARSI FRA SIMILI? di Mafe de Baggis

WEB TRENDS 78 SULLE STRADE DELLA PROGETTAZIONE UNIVERSALE di Rita Viotti
TECNOLOGIA 84 LA SINDROME DA PRIMA CONNESSIONE A BANDA LARGA di Carlo Bazzano
LA LEGGE 87 LE IMPLICAZIONI FISCALI LEGATE ALLE SPESE DI RAPPRESENTANZA di Gennaro di Noia e Tobia Colucci

STRATEGIC INSIGHT

MIND IN ACTION

FINE TUNING

GENNAIO 2002

CONTENT

STRATEGIC INSIGHT

FARE IMPRESA

**24 VITA DA CEO: VERO TIRANNO È IL TEMPO**
di Jarvis Macchi**28 FRANCHISING, TECNOLOGIA E INNOVAZIONE**
di Alessandra Costa**32 CAPITALE DI CONOSCENZA: L'ESIGENZA DI ESSERE BUSINESS INSIDE** di Errico Formichella**37 PROGETTI PILOTA CPFR: COLLABORANDO TUTTO VIENE MEGLIO** di Fulvio Cerutti**40 CRISI DEI MERCATI: OPPORTUNITÀ E MINACCE PER GLI ANGELI DEL BUSINESS** di Michele Appendino

E-GOVERNMENT

**44 CITTADINI FRA CAPITALE SOCIALE E ADVOCACY** di Silvia Nidasio e Giovanni Tamborrini

CASE STUDY

50 GESTIRE IL CREDITO IN PUNTA DI SOFTWARE
di Anna Stefani e Elena Vindimian

MIND IN ACTION

WEB MARKETING

**56 LE RELAZIONI PERICOLOSE DELLA PUBBLICITÀ TRADIZIONALE**
di Roberto Venturini**60 ECCO A VOI I NUOVI COLLABORATORI AZIENDALI: I CONSUMATORI** di Luca Meyer e Ludovico Benazzo

WEB ADVERTISING

64 CREATIVITÀ SENZA FRONTIERE: SONO I PARTICOLARI A FARE LA DIFFERENZA di Angelica Savoini

COMUNICAZIONE

**68 COMMUNITIES: INCONTRARSI FRA SIMILI?**
di Mafe de Baggis**72 PROGETTI CONCRETI PER UNA TELEVISIONE INTERATTIVA** di Luca Magnani

FINE TUNING

WEB TRENDS

**78 SULLE STRADE DELLA PROGETTAZIONE UNIVERSALE** di Rita Viotti**82 K-SHAPED MANAGERS** di Carlo Bazzano

TECNOLOGIA

**84 LA SINDROME DA PRIMA CONNESSIONE A BANDA LARGA** di Carlo Bazzano

LA LEGGE

87 LE IMPLICAZIONI FISCALI LEGATE ALLE SPESE DI RAPPRESENTANZA di Gennaro di Noia e Tobia Colucci**93 FUTURI ASSETTI DEL REGISTRO IT** di Alessia Ambrosini

RUBRICHE

1 SCREENSHOT di Alberto Bregani**2 EDITORIALE** di Antonio Sonzini**8 IN MEDIA STAT VIRTUS** di Paolo Barbesino**10 CHI L'HA LETTO?****11 MAX NETROOM™ INVESTIGATORE VIRTUALE****12 NEXTEVOLUTION**

IL TERRORE di Gian Roberto Casaleggio

22 FIVE QUESTIONS RISPONDE MARIO PETAZZINI**54 TRIBAL ECONOMY**

INFODIAVOLERIE DIVERTENTI COME 'LA PLAY' di Emanuele Dainesi

76 dBRANDING

NO LOGO ≠ NO BRAND di Matthew S. Childs

98 OUT LAW ON THE NET

UTILIZZARE LA FIRMA DIGITALE di Andrea Monti

RECENSIONI A CURA DI VITTORIO PASTERIS

114 MOTORI DI RICERCA Mauro Lupi - Apogeo**114 NUOVO DIZIONARIO ILLUSTRATO DELLA PUBBLICITÀ E COMUNICAZIONE** F. Lupetti, G. Manfredini - Lupetti Editore**115 L'ECONOMIA DELLE ESPERIENZE** B. Joseph Pine II, James Gilmore - ETAS Libri**115 COMUNITÀ IN RETE E NET LEARNING** Davide Biolghini - ETAS Libri**116 HAVANA GLAM** Wu Ming 5 - Fanucci Editore**116 SERIOUS PLAY** Michael Schrage - Harvard Business Press**118 GLI AFFILIATI A WMT****120 OFF-LINE** RIFLESSIONI A MODEM SPENTO di Giancarlo Livraghi**101 SPECIALE ENTERPRISE PORTALS****102 UNA VISITA GUIDATA NELLA GIUNGLA DEI PORTALI AZIENDALI**

di Fred Alberti e Guido Wizemann

109 UN KNOWLEDGE BUSINESS SOSTENIBILE

di Ennio Martignago

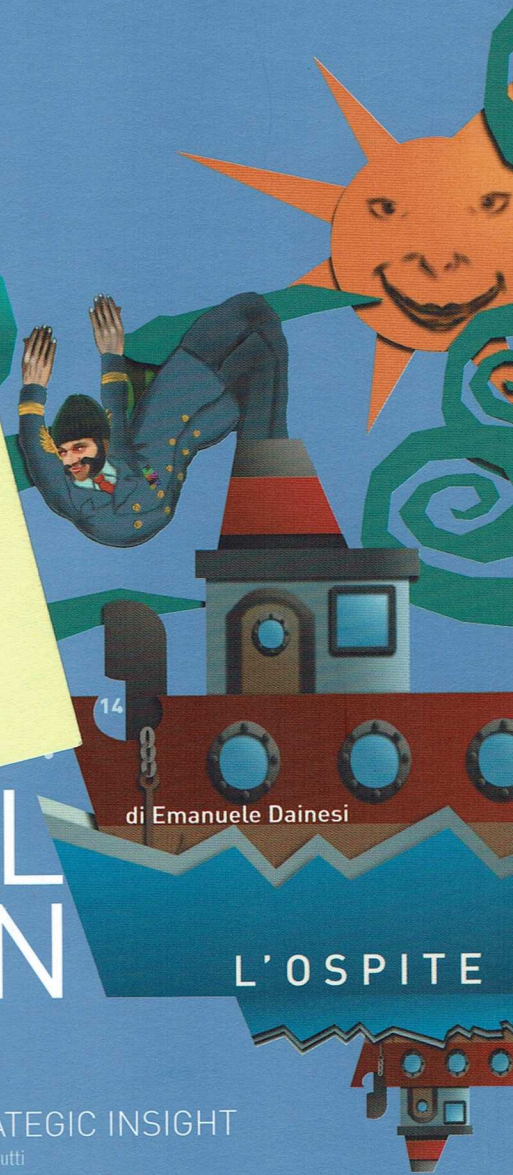
web marketing tools

STRUMENTI E STRATEGIE PER L'ECONOMIA DIGITALE

Spedizione in abbonamento postale - 70% - Milano EDIZIONI Pro-Sources Srl
RIVISTA MENSILE 4 8,50 / L. 16.458

50

M-Learning



di Emanuele Dainesi

HAL VARIAN

L'OSPITE

115 SPECIALE

LAVORO

116 C'ERA UNA VOLTA L'ALIENAZIONE...

di Filippo Di Nardo

118 IL DISAGIO ALLA CORNETTA DI UN CALL CENTER

di Pier Paolo Baretta

120 FLESSIBILITÀ, TUTTI I COPIONI DI UN FILM GIÀ VISTO

di Alessandro Battaglia

22 FIVE QUESTIONS Risponde PAOLO CIABATTONI Direttore marketing Adline

STRATEGIC INSIGHT

FARE IMPRESA 24 DIANZI SHANGWU OVERO L'E-COMMERCE CINESE di Fulvio Cerutti

E-GOVERNMENT 52 GRUPPI DELPHI, UN ORACOLO DALLA CITTA' INVISIBILE di Alessandro Battaglia

CASE STUDY 56 TU VUO' FA A WEB TIVVU', MA I NUMERI CI SONO? di Manfredi Perrone

MIND IN ACTION

WEB MARKETING 62 LASCIAMOCI SEDURRE DA UN'ASSISTENTE VIRTUALE di Roberto Venturini

WEB ADVERTISING 68 TI CONQUISTERÒ CON UN SMS SE PERMETTI di Simonetta Zandini

COMUNICAZIONE 72 BUENA VISTA SOCIAL BROADBAND di Massimo Arciulo

FINE TUNING

WEB TRENDS 82 M-LEARNING PER MOLTI MA NON PER TUTTI di Ennio Martignago

TECNOLOGIA 100 BABY STEPS DELL'EDITORIA DIGITALE di Rita Viotti

LA LEGGE 110 DOMINIO .EU LAVORI IN CORSO IN EUROPA di Alessia Ambrosini

web marketing tools

STRUMENTI E STRATEGIE PER L'ECONOMIA DIGITALE

Spedizione in abbonamento postale - 70% - Milano EDIZIONI Pro-Sources Srl RIVISTA MENSILE € 8,50

51

MARZO 2002

OSTACOLI E SOLUZIONI PER UN RAPPORTO COSTRUTTIVO CON IL CLIENTE

Jarvis Macchi 118

Giovanni Vannini 121

PICCOLO È BELLO ANCHE PER UN CUSTOMER SERVICE

117

CRM & SPECIALE PMI

SIGNORI DEI NUMERI

di Alessandro Battaglia

ALESSANDRO LORENZELLI

L'OSPITE

18 FIVE QUESTIONS Risponde **LUCIA BALIETTI** European Web Marketing Manager Diners Club

FARE IMPRESA 20 LOGISTICA: LE TATTICHE PER VINCERE LA BATTAGLIA di Angelica Savoini
E-GOVERNMENT 38 IL VANTAGGIO COMPETITIVO CHE VIENE DAL FREDDO di Alberto Giacomelli

WEB MARKETING 46 RIFLETTENDO SU ADVERTISING E PROFILAZIONE di Roberto Venturini
WEB ADVERTISING 60 VIDEO WEB SPOT, LA PROSSIMA FRONTIERA DELLA PUBBLICITÀ ONLINE di Giuseppe Riva e Paolo Mardegan
COMUNICAZIONE 64 LA SINDROME DI STOCCOLMA. PROGETTARE NELL'IPERMODERNITÀ di Mirko Tattarini

WEB TRENDS 76 I NUMERI DI INTERNET. LA RETE CRESCE ANCORA E NONOSTANTE TUTTO di Giancarlo Livraghi
TECNOLOGIA 98 L'ASP: DA ILLUSIONE A REALTÀ. ECCO COME di Anna Stefani
LA LEGGE 104 INVESTIRE IN TECNOLOGIA ORA CONVIENE. ANCHE GRAZIE ALLA TREMONTI BIS di Gennaro di Noia

STRATEGIC INSIGHT

MIND IN ACTION

FINE TUNING

CONTENT

STRATEGIC INSIGHT

FARE IMPRESA

 **20 LOGISTICA: LE TATTICHE PER VINCERE LA BATTAGLIA** di Angelica Savoini

27 WILD WILD WIRELESS. ALLA CONQUISTA DEL SELVAGGIO MOBILE CINESE di Fulvio Cerutti

31 LE MULTIUTILITIES ALLA PROVA DEL MARKETING di Dario Voltattorni

34 A CACCIA DI TALENTI. GLI STRUMENTI PER INDIVIDUARLI, CATTURARLI E TRATTENERLI di Fabio Cacciatori

36 PMI PIÙ EFFICACI O EFFICIENTI GRAZIE AI MARKETPLACE? di Sebastiano Missineo

E-GOVERNMENT

 **38 IL VANTAGGIO COMPETITIVO CHE VIENE DAL FREDDO** di Alberto Giacomelli

MIND IN ACTION

WEB MARKETING

 **46 RIFLETTENDO SU ADVERTISING E PROFILAZIONE** di Roberto Venturini

52 PICCOLI CANALI PER I GRANDI BRAND DELLA DISTRIBUZIONE DI MASSA di Basilio Bentivegna

56 CAMPIONI DELLA RETE. TECNICHE E STRATEGIE DI SELEZIONE di Luca Meyer

WEB ADVERTISING

60 VIDEO WEB SPOT, LA PROSSIMA FRONTIERA DELLA PUBBLICITÀ ONLINE di Giuseppe Riva e Paolo Mardegan

COMUNICAZIONE

 **64 LA SINDROME DI STOCCOLMA. PROGETTARE NELL'IPERMODERNITÀ: L'AVVENTURA COMINCIA** di Mirko Tattarini

70 LE COMMUNITY B2B PER PROMUOVERE I SERVIZI FINANZIARI di Andrea Migliavacca

72 APPUNTI PER LA CARTA DEI DIRITTI DELL'UTENTE IN INTERNET di Michele Visciola

FINE TUNING

WEB TRENDS

 **76 I NUMERI DI INTERNET. LA RETE CRESCE ANCORA E NONOSTANTE TUTTO** di Giancarlo Livraghi

86 LA PROSPETTIVA PROFESSIONALE PER LA REINGEGNERIZZAZIONE DELLE CONOSCENZE di Ennio Martignago

92 DOVE PORTANO I PORTALI NON PROFIT? di Silvia Nidasio e Giovanni Tamborini

TECNOLOGIA

 **98 L'ASP: DA ILLUSIONE A REALTÀ. ECCO COME** di Anna Stefani

LA LEGGE

104 INVESTIRE IN TECNOLOGIA ORA CONVIENE. ANCHE GRAZIE ALLA TREMONTI BIS di Gennaro di Noia

110 I SEGRETI NASCOSTI DEL .NAME di Alessia Ambrosini



RUBRICHE

1 SCREENSHOT di Alberto Bregani

2 EDITORIALE di Antonio Sonzini

3 MAX NETROOM™ INVESTIGATORE VIRTUALE

6 IN MEDIA STAT VIRTUS
UNA VITTORIA STREAMINZITA di Paolo Barbesino

7 CHI L'HA LETTO?

8 NEXTEVOLUTION
GLI ADORATORI DEL BANANO di Gian Roberto Casaleggio

18 FIVE QUESTIONS RISPONDE LUCIA BALIETTI

44 TRIBAL ECONOMY
MOBILE MARKETING: LA NOSTRA PARTE BAMBINA VINCE di Emanuele Dainesi

74 dBRANDING
PUBBLICITÀ ONLINE: PIÙ DOMANDE CHE RISPOSTE di Matthew S. Childs

114 OUT LAW ON THE NET
RETE, LEGGI E PROCESSI. VITA DURA PER LE IMPRESE di Andrea Monti

RECENSIONI A CURA DI VITTORIO PASTERIS

124 IL CITTADINO DIGITALE Pino Bruno – Mondadori Informatica

124 IL MANUALE DEL GIOVANE HACKER Wallace Wang – Hops Libri

126 SENZA FILI Bruno Giussani – Fazi Editore

126 THE WIRELESS Web Brian Bergeron – Mc Graw Hill

126 LA RIVOLUZIONE INCOMPIUTA Michael Dertouzos – Apogeo

127 GLI AFFILIATI A WMT

128 OFF-LINE RIFLESSIONI A MODEM SPENTO di Giancarlo Livraghi



web marketing tools

www.wmtools.com

STRUMENTI E STRATEGIE PER L'ECONOMIA DIGITALE

Spedizione in abbonamento postale - 70% - Milano EDIZIONI Pro-Sources Srl
RIVISTA MENSILE € 8,50

52

APRILE 2002

JARVIS MACCHI **SPECIALE** 115
IL BUSINESS C'E' 116
NONOSTANTE BANCHE
E INVESTITORI
ALESSANDRO BATTAGLIA **LA LEZIONE DEL**
PORNO
LE LICENZE ARTISTICHE
DI UN'INFORMAZIONE
CARNIVORA 119

A ME GLI OCCHI

di Giovanni Vannini

L'OSPITE

SHEL HOLTZ



20 **FIVE QUESTIONS**

Risponde **WALTER PASINATO** di Broad Vision Italia

STRATEGIC INSIGHT

FARE IMPRESA 22 REVERSE LOGISTICS. COME GESTIRE I RESI FRA BUSINESS ED ECO-EFFICIENZA di Fulvio Cerutti
CASE STUDY 46 L'AREA AMMINISTRATIVA SCOPRE I VANTAGGI DEL FINANCIAL VORTAL di Errico Formichella

MIND IN ACTION

WEB MARKETING 52 UN ACQUARIO PER PESCI FUOR D'ACQUA di Manfredi Perrone
WEB ADVERTISING 68 IL BUSINESS È MOBILE... QUAL PIUMA AL VENTO di Martina Zavagno
COMUNICAZIONE 78 LA TORRE DI BABELE O DEL COMUNICARE AI TEMPI DI INTERNET di Mafe De Baggis e Luca Vanzella

FINE TUNING

WEB TRENDS 88 UN'ALTRA VIA OLTRE IL MECCANICISMO TECNOLOGICO di Ennio Martignago
TECNOLOGIA 104 E-BUSINESS SECURITY: UN CONCETTO SEMPLICE, UNA SFIDA COMPLESSA di Anna Stefani
LA LEGGE 110 NOTIZIE IN PILLOLE DAL RUTILANTE MONDO DEI NOMI SULLA RETE di Alessia Ambrosini

web marketing tools

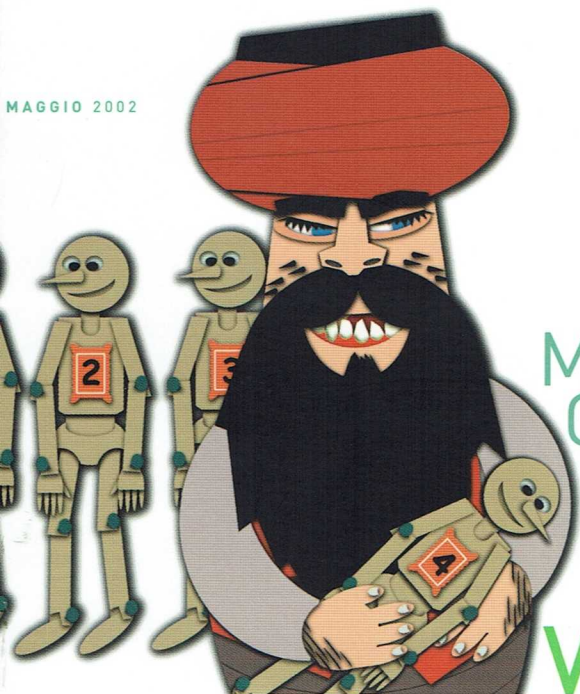
www.wmtools.com

STRUMENTI E STRATEGIE PER L'ECONOMIA DIGITALE

Spedizione in abbonamento postale - 70% - Milano EDIZIONI Pro-Sources Srl
RIVISTA MENSILE € 8,50

53

MAGGIO 2002



MANGIAFUOCO ORA COCCOLA LA PMI

L'OSPITE di Antonio Sonzini

STEFANO VARASI



97 SPECIALE MARKETPLACE

La domanda nel mercato del terzo millennio
di Angelica Savoini 98

Un ruolo per le associazioni di categoria
delle Pmi di Alessandra Teani 102

A lezione da Seneca. Giocando con la storia
di Francesco Cosacco 104

20 FIVE QUESTIONS

Risponde **FRANCESCA BAJLO**
di Fujitsu Siemens Computers Spa

STRATEGIC INSIGHT

FARE IMPRESA 22 SPESA ONLINE: NEL MONDO LA REALTÀ È MENO BRUTTA DELLA FANTASIA... di Roberto Venturini

E-GOVERNMENT 44 LOCALE E GLOBALE, RINASCE LA POLITICA CON L'E-VOTE di Alessandro Battaglia

CASE STUDY 50 IL BUSINESS-TO-PEER DALLA TEORIA ALLA PRATICA. IL CASO NETRANA di Fulvio Cerutti

MIND IN ACTION

WEB MARKETING 60 NUOVI MODELLI PREVISIONALI DEL COMPORTAMENTO SUL WEB di Luca Meyer

WEB ADVERTISING 64 INTERACTIVE TV ADVERTISING di Giuseppe Simone Profili

COMUNICAZIONE 70 UNO SPAZIO VIRTUALE INFINITO. IL COMPLETAMENTO AMODALE NELL'INFORMATICA di Marta Carlon

FINE TUNING

WEB TRENDS 82 OPENCOURSEWARE. DAL MIT L'OPEN SOURCE DELLA CONOSCENZA di Ennio Martignago

TECNOLOGIA 88 A CHE COSA SERVE UN SUPERCALCOLATORE? di Giovanni Vannini

LA LEGGE 94 QUANDO IL PROVIDER SI INTESTA IL DOMINIO di Alessia Ambrosini

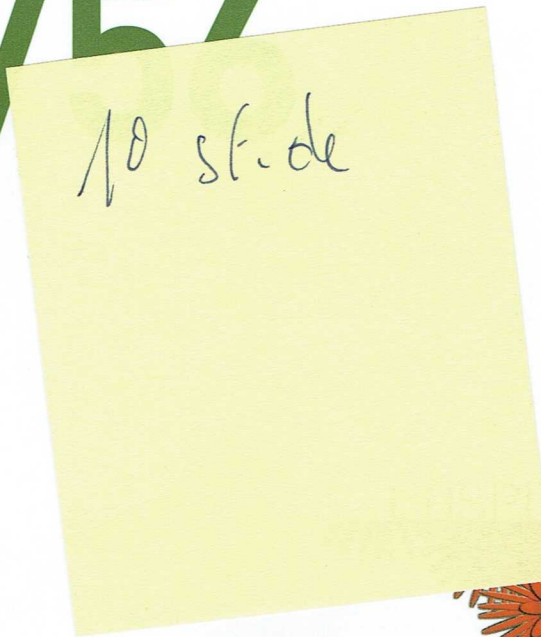
www.wmtools.com

web marketing tools

STRUMENTI E STRATEGIE PER L'ECONOMIA DIGITALE

Spedizione in abbonamento postale - 70% - Milano EDIZIONI Pro-Sources Srl
RIVISTA MENSILE € 8,50

55/54



LUGLIO / AGOSTO 2002

129 SPECIALE E-SECURITY

Dalla frontiera tecnologica alla strategia d'impresa **130**
di GIUSEPPE SIMONE PROFIL

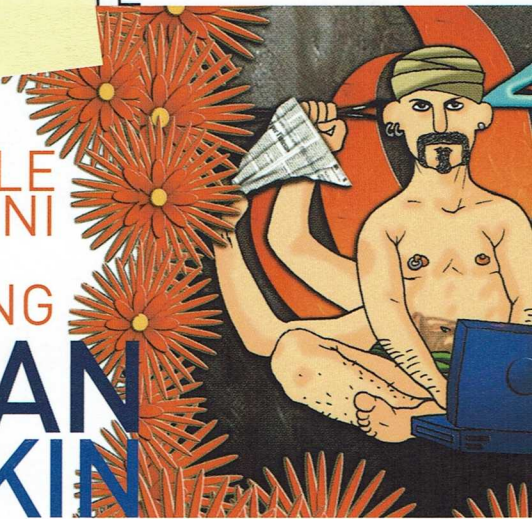
Disaster recovery. Dopo l'11 settembre l'Italia resta ferma **133**
di JARVIS MACCHI

Potrebbe succedere anche a te **136**
di MARIANGELA FAGNANI

12 LE STAGIONI DEL PUBLISHING

di Chiara Artosi

BRYAN LAMKIN



20 FIVE QUESTIONS Risponde **ANTONIO EMMANUELI** Presidente Smau

FARE IMPRESA 22 E-SHOPPABILITY, IL DELICATO EQUILIBRIO FRA USABILITÀ E COMMERCIALIZZABILITÀ di Fulvio Cerutti

E-GOVERNMENT 42 ALLONS ELECTEURS DE LA PATRIE... di Alessandro Battaglia

CASE STUDY 48 COMMERCIO TRA WEB E TV. CAMBIANO LE LOGICHE MA LA SOSTANZA RESTA di Alessandra Teani

STRATEGIC INSIGHT

WEB MARKETING 62 EDITORI CON IL CUORE E I PIEDI NELLA RETE di Manfredi Perrone

WEB ADVERTISING 68 LA WEB-PROMOTION FAI DA TE ALLA CONQUISTA DELL'ITALIA di Marco Loguercio

COMUNICAZIONE 72 RIDISEGNARE IL WEB CON IL PENNELLO DI KANDINSKY di Marta Carlon

MIND IN ACTION

WEB TRENDS 92 WIRELESS E WEB SERVICES. PROTAGONISTI DELLA JAVA REVOLUTION di Anna Stefani

TECNOLOGIA 104 UNA SORGENTE LIBERA PER GESTIRE LA PROPRIA FINESTRA SUL WEB di Antonella Beccaria

LA LEGGE 118 OPERAZIONI E CONCORSI A PREMI di Gennaro di Noia e Annalisa Cicco

FINE TUNING

CONTENT

STRATEGIC INSIGHT

FARE IMPRESA

 **22 E-SHOPPABILITY. IL DELICATO EQUILIBRIO FRA USABILITÀ E COMMERCIALIZZABILITÀ** di Fulvio Cerutti

28 UN ORDINARIO CASO DI S-MANAGEMENT

di Arduino Mancini

32 M-COMMERCE. LA MODERNA ARABA FENICE (IN TENUTA WIRELESS) di Roberto Venturini

37 L'ALTRA FACCIA DEGLI INCUBATORI NO-PROFIT

di Enrico Formichella

E-GOVERNMENT

 **42 ALLONS ELECTEURS DE LA PATRIE...**

di Alessandro Battaglia

CASE STUDY

48 COMMERCIO TRA WEB E TV. CAMBIANO LE LOGICHE MA LA SOSTANZA RESTA di Alessandra Teani

52 IL CLIENTE ONLINE SI CONQUISTA AL BANCOMAT

di Giuseppe Simone Profili

56 IL VIAGGIO IDEALE PARTE DA UN MARE FATTO DI BIT

di Angelica Savoini

MIND IN ACTION

WEB MARKETING

 **62 EDITORI CON IL CUORE E I PIEDI NELLA RETE**

di Manfredi Perrone

WEB ADVERTISING

68 LA WEB-PROMOTION FAI DA TE ALLA CONQUISTA DELL'ITALIA di Marco Loguercio

COMUNICAZIONE

 **72 RIDISEGNARE IL WEB CON IL PENNELLO DI KANDINSKY** di Marta Carlon

81 EMOTION ON THE WEB. SENSAZIONI ALLA VELOCITÀ DELLA RETE di Luca Magnani

86 L'INTERAZIONE CENTRATA SULLA FIDUCIA di Michele Visciola

FINE TUNING

WEB TRENDS

 **92 WIRELESS E WEB SERVICES. PROTAGONISTI DELLA JAVA REVOLUTION** di Anna Stefani

95 DIECI SFIDE DELLA KNOWING CONVERGENCE

di Ennio Martignago

102 LE "COMMUNITIES OF PRACTICE" E LA GESTIONE DELLA CONOSCENZA di Enrico Frascati

TECNOLOGIA

 **104 UNA SORGENTE LIBERA PER GESTIRE LA PROPRIA FINESTRA SUL WEB** di Antonella Beccaria

109 RETI NEURALI: LE "PORZIONI DI MENTE" DEL PC di Angelica Savoini

113 PIANO PIANO VERSO LA NANO REVOLUTION

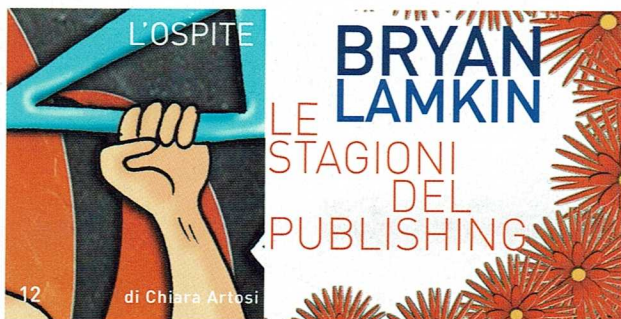
di Errico Formichella

LA LEGGE

 **118 OPERAZIONI E CONCORSI A PREMI** di Gennaro di Noia e Annalisa Cicco

124 LA NAMING AUTHORITY ITALIANA SI RIFÀ IL LOOK

di Alessia Ambrosini



RUBRICHE

1 SCREENSHOT di Alberto Bregani

2 EDITORIALE di Antonio Sonzini

6 IN MEDIA STAT VIRTUS
QUESTIONE DI TEMPO di Paolo Barbesino

8 CHI L'HA LETTO?

9 MAX NETROOM™ INVESTIGATORE VIRTUALE

10 NEXTEVOLUTION
CAROSELLO E ADESSO TUTTI A NANNA di Gianroberto Casaleggio

20 FIVE QUESTIONS RISPONDE ANTONIO EMMANUELI

60 TRIBAL ECONOMY
QUATTRO CHIACCHIERE SOTTO L'OMBRELLONE di Emanuele Dainesi

88 dBRANDING
TREND-SPOTTING di Matthew S. Childs

126 OUT LAW ON THE NET
PROTEGGERE LA PROPRIETÀ INTELLETTUALE di Andrea Monti

RECENSIONI A CURA DI VITTORIO PASTERIS

140 COM'È NATO IL WEB James Gillies, Robert Calliau - Baldini & C.

140 M-BUSINESS Ravi Kalakota, Marcia Robinson - McGraw Hill

142 GOING WIRELESS Jaclyn Easton - Harper Collins

142 MARKETING WITHOUT WIRES Kim M. Bayne - John Wiley & Sons

144 OFF-LINE RIFLESSIONI A MODEM SPENTO di Giancarlo Livraghi



web marketing tools

STRUMENTI E STRATEGIE PER L'ECONOMIA DIGITALE

Spedizione in abbonamento postale - 70% - Milano EDIZIONI Pro-Sources Srl
RIVISTA MENSILE € 8,50

54

GIUGNO 2002



101

102 LA PUBBLICITÀ ONLINE VOLTA PAGINA?
DI MAURIZIO GOETZ

**105 ACTIVE PROFILING E INTERATTIVITÀ:
UNA CASE HISTORY**
DI PAOLA MARAZZINI

107 ALLA RICERCA DEL MICRO-TARGET PERDUTO
DI MAURIZIO GOETZ

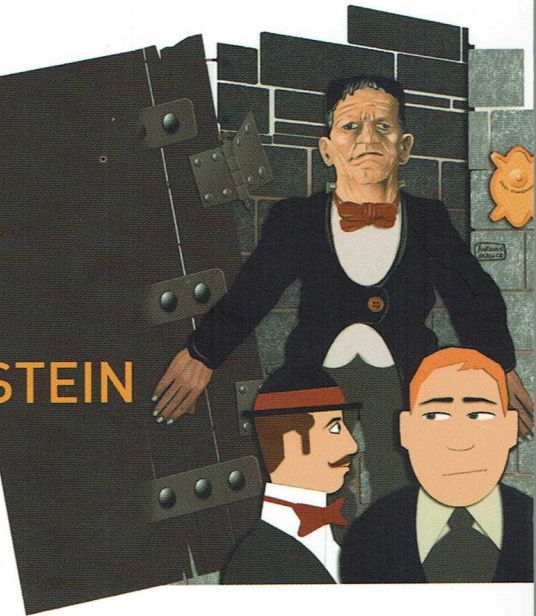
20 FIVE QUESTIONS Risponde **PAOLO CEDERLE** di i-Faber Spa

L'OSPITE 12

JEFF VEEN

FRANKENSTEIN ADDIO

di Gianroberto Casaleggio



STRATEGIC INSIGHT

FARE IMPRESA 22 IL FORNITORE È UN COSTO O UN CAPITALE? di Arduino Mancini
E-GOVERNMENT 32 VELOCI E VICINE. LE PUBBLICHE AMMINISTRAZIONI CAMBIANO di Anna Stefani
CASE STUDY 36 VOLENDO FARE LA SPESA A CASA... I MUSCOLI E LA LINFA VITALE DELL'E-COMMERCE di Roberto Venturini

MIND IN ACTION

WEB MARKETING 44 COME SFRUTTARE I MONDIALI DI CALCIO PER FARE BUSINESS ONLINE di Jarvis Macchi
WEB ADVERTISING 52 BENVENUTI NEL MONDO DELLA PUBBLICITÀ LOW BUDGET di Fazio Frosali
COMUNICAZIONE 56 A VOLTE TACERE È PIÙ SIGNIFICATIVO CHE DIRE di Mafe de Baggis

FINE TUNING

WEB TRENDS 70 VERSO UN WEB EMOZIONALE. OMAGGIO A DERTOUZOS di Vittorio Pasteris
TECNOLOGIA 82 CURARSI CON LA REALTÀ VIRTUALE di Angelica Savoini
LA LEGGE 90 COMMERCIO ELETTRONICO E FISCO: LA TASSAZIONE AI FINI IVA di Gennaro di Noia e Giovanni Aprile

CONTENT

STRATEGIC INSIGHT

FARE IMPRESA

 **22 IL FORNITORE È UN COSTO O UN CAPITALE?** di Arduino Mancini

26 PICCOLI DISTRETTI DIGITALI CRESCONO di Fulvio Cerutti

30 IL SEGRETO PER INTEGRARE LE FASI DELLA DISTRIBUZIONE di Andrea Alfieri

E-GOVERNMENT

32 VELOCI E VICINE. LE PUBBLICHE AMMINISTRAZIONI CAMBIANO di Anna Stefani

CASE STUDY

 **36 VOLENDO FARE LA SPESA A CASA... I MUSCOLI E LA LINFIA VITALE DELL'E-COMMERCE** di Roberto Venturini

MIND IN ACTION

WEB MARKETING

 **44 COME SFRUTTARE I MONDIALI DI CALCIO PER FARE BUSINESS ONLINE** di Jarvis Macchi

49 FOCUS GROUP ONLINE: FAD OPPURE REALTÀ? di Luca Meyer

WEB ADVERTISING

52 BENVENUTI NEL MONDO DELLA PUBBLICITÀ LOW BUDGET di Fazio Frosali

COMUNICAZIONE

 **56 A VOLTE TACERE È PIÙ SIGNIFICATIVO CHE DIRE** di Mafe de Baggis

60 USARE IL COLORE PER CREARE L'IDENTITÀ VISIVA DI UN SITO di Marta Carlon

66 I SEGRETI PER UNA BUONA USER EXPERIENCE NEI PROGRAMMI DI E-LEARNING di Michele Visciola

FINE TUNING

WEB TRENDS

 **70 VERSO UN WEB EMOZIONALE. OMAGGIO A DERTOUZOS** di Vittorio Pasteris

74 DIMMI CHE AZIENDA SEI... E TI DIRO CHE FORMAZIONE AVRAI di Ennio Martignago

78 PROFESSIONISTI E ATTORI DEL NON PROFIT UNITEVI: SU LISTA ETICA di Silvia Nidasio e Giovanni Tamborini

TECNOLOGIA

 **82 CURARSI CON LA REALTÀ VIRTUALE** di Angelica Savoini

86 LINUX EMBEDDED ALLA CONQUISTA DEL MONDO di Antonella Beccaria

LA LEGGE

 **90 COMMERCIO ELETTRONICO E FISCO: LA TASSAZIONE AI FINI IVA** di Gennaro di Noia e Giovanni Aprile

96 UN DOMINIO A MISURA DI COOPERATIVA di Alessia Ambrosini



RUBRICHE

1 SCREENSHOT di Alberto Bregani

2 EDITORIALE di Antonio Sonzini

6 IN MEDIA STAT VIRTUS PENE QUOTIDIANE di Paolo Barbesino

8 CHI L'HA LETTO?

9 MAX NETROOM™ INVESTIGATORE VIRTUALE

10 NEXTEVOLUTION GLI UFO E INTRANET di Gianroberto Casaleggio

20 FIVE QUESTIONS RISPONDE PAOLO CEDERLE

42 TRIBAL ECONOMY IL MONDO 'A COLORI' di Emanuele Dainesi

68 dBRANDING DEFINIRE LE TATTICHE PER UN MARKETING EFFICACE di Matthew S. Childs

98 OUT LAW ON THE NET RETE, LEGGI E PROCESSI di Andrea Monti

109 GLI AFFILIATI A WMT

RECENSIONI A CURA DI VITTORIO PASTERIS

110 THE NOKIA REVOLUTION Dan Steinbock – Amacom

110 THE CELTIC TIGER Ray Mac Sharry, Padraic White – Mercier Press

111 HIGH TEACH START UP John L-Nesheim – Free Press

111 LAVAPIUBIANCO.COM Lorenzo Montagna – Hops Libri

112 OFF-LINE RIFLESSIONI A MODEM SPENTO di Giancarlo Livraghi

102 La pubblicità online volta pagina? di Maurizio Goetz

105 Active profiling e interattività: una case history di Paola Marazzini

107 Alla ricerca del micro-target perduto di Maurizio Goetz



CONTENT

STRATEGIC INSIGHT

FARE IMPRESA

22 E-COMMERCE E COMMUNITIES: GLI STRUMENTI PER LA LORO INTEGRAZIONE di Andrea Rangone, Michele Benedetti e Simone Prandin

28 LEZIONI DI E-BUSINESS DAL SETTORE ITTICO di Fulvio Cerutti

32 NON TUTTI I VIRUS SONO CONTAGIOSI di Roberto Venturini
E-GOVERNMENT

36 LA GOVERNANCE IN SALSA ARGENTINA di Andrea Migliavacca
CASE STUDY

40 AOL-TIME WARNER: SCENE DA UN MATRIMONIO (IN CRISI?) di Arduino Mancini

47 I FORMATORI SUI BANCHI DI SCUOLA di Giuseppe Simone Profili

MIND IN ACTION

WEB MARKETING

52 DIGITAL IDENTITY: IL POSIZIONAMENTO DEL BRAND SUI MEDIA DIGITALI di T. Cem Canstu, Amelia Venegoni e Serena Caprara

60 MARKETING B2B IN TEMPI DI CRISI di Mauro Pretolani

WEB ADVERTISING

62 VOGLIO ESSERE PRIMO NEI MOTORI di Marco Loguercio

COMUNICAZIONE

68 SINTOMI DIGITALI DI UNA SINDROME DA ADATTAMENTO di Luca Magnani

72 MOBILE USER EXPERIENCE di Michele Visciola

FINE TUNING

WEB TRENDS

76 FORMAZIONE A DISTANZA CONTRO DIGITAL DIVIDE di Michele Visciola

83 E-LEARNING CLIENT ORIENTED E USABILITY di Ennio Martignago

89 DALL'AMBIENTE REALE A QUELLO VIRTUALE E RITORNO di Silvia Nidasio e Giovanni Tamborini

TECNOLOGIA

96 L'E-BUSINESS TAGLIA LA CORDA... di Nicola Pergola



RUBRICHE

1 SCREENSHOT di Alberto Bregani

2 EDITORIALE di Antonio Sonzini

6 IN MEDIA STAT VIRTUS
MEDIA NOIA di Paolo Barbesino

8 CHI L'HA LETTO?

9 MAX NETROOM™ INVESTIGATORE VIRTUALE

10 NEXTEVOLUTION
GAIA, L'XML E LA RETE di Gianroberto Casaleggio

20 FIVE QUESTIONS RISPONDE GIUSEPPE MASTROCICCO

50 TRIBAL ECONOMY
WEBB.IT STYLE di Emanuele Dainesi

74 dBRANDING
NUMERI, BRANDING E FIDUCIA: PIANO PIANO di Matthew S. Childs

RECENSIONI A CURA DI VITTORIO PASTERIS

127 TRADEMARK ONLINE - Alessia Ambrosini, Andrea Monti - Hops Libri

127 CLICKS, BRICKS & BRANDS - Lindstrom, Peppers, Rogers - Etas

128 OFF-LINE RIFLESSIONI A MODEM SPENTO di Giancarlo Livraghi

SPECIALE IL PRICING DEI CONTENUTI

103

Argomenti digitali...
volere è potere!

Un patrimonio
da apprezzare

104 di GIUSEPPE SIMONE PROFILI

108 di ERICO FORMICHELLA

Genova ... per voi

115

FOCUS

web marketing tools

www.wmtools.com

STRUMENTI E STRATEGIE PER L'ECONOMIA DIGITALE

Spedizione in abbonamento postale - 70% - Milano EDIZIONI Pro-Sources Srl
RIVISTA MENSILE € 8,50

59

NOVEMBRE 2002



95 SPECIALE EMAIL BUSINESS

- Un mercato in crescita ma ancora con pochi investitori di Jarvis Macchi **96**
- Il cliente al centro del proprio business di Alessandro Lorenzelli **100**
- Lo zen e l'arte dell'email marketing di Manlio Castronuovo **103**
- C'era una volta la posta elettronica di Salvatore Bianco **108**

20 FIVE QUESTIONS

Risponde ENNIO CAGGIATI di B2Biscom

111 FOCUS e-learning

- FARE IMPRESA **22** PRODUCT LIFECYCLE MANAGEMENT di Fulvio Cerutti
- E-GOVERNMENT **44** PROMOSSI E BOCCIATI NELL'URNA DIGITALE di Alessandro Minelli

- WEB MARKETING **50** MOBILE? UNA QUESTIONE DI FIDUCIA di Maurizio Goetz
- WEB ADVERTISING **64** METTI IL MOTORE NEL MIX di Mauro Lupi
- COMUNICAZIONE **70** LA CONCEZIONE DEL PRODOTTO TRAMITE LA CONJOINT ANALYSIS di Luca Meyer

- WEB TRENDS **80** INTEL-LIGENZA TECNOLOGICA di Chiara Artosi
- TECNOLOGIA **88** IL DATA MINING SCOPRE IL SOFTWARE LIBERO di Antonella Beccaria
- LA LEGGE **92** THE DOMAIN ZONE - ICANN HA DETTO SÌ AL WLS di Alessia Ambrosini

LO SPIRITO DEL COMMERCIO

L'OSPITE di Antonio Sonzini

10 MAURIZIO CARTOCCI

STRATEGIC INSIGHT

MIND IN ACTION

FINE TUNING

59

WEB MARKETING TOOLS®


Strumenti e Strategie per l'Economia Digitale

NOVEMBRE 2002

CONTENT

STRATEGIC INSIGHT

FARE IMPRESA


22 PRODUCT LIFECYCLE MANAGEMENT
di Fulvio Cerutti

27 YOU MANAGE® INTERNET? AL ROGO, AL ROGO...
di Roberto Venturini

30 BUSINESS PLAN: TROVARE I SOLDI PER RIPARTIRE
di Errico Formichella

38 PROPRIETÀ INTELLETTUALE: L'ALTRA FACCIA DELL'INNOVAZIONE
di Arduino Mancini e Luigi Mansani

E-GOVERNMENT


44 PROMOSSI E BOCCIATI NELL'URNA DIGITALE
di Alessandro Minelli

MIND IN ACTION

WEB MARKETING


50 MOBILE? UNA QUESTIONE DI FIDUCIA
di Maurizio Goetz

54 UN'ANALISI SU POSTINI E MITTENTI ONLINE
di Paolo Mezzina

60 PER UN WEB CREDIBILE di Rita Viotti

WEB ADVERTISING


64 METTI IL MOTORE NEL MIX
di Mauro Lupi

COMUNICAZIONE

70 LA CONCEZIONE DEL PRODOTTO TRAMITE LA CONJOINT ANALYSIS
di Luca Meyer

76 PREFERENZE E SCELTE: USABILITÀ E MARKETING A CONFRONTO
di Michele Visciola

FINE TUNING

WEB TRENDS


80 INTEL-LIGENZA TECNOLOGICA
di Chiara Artosi

85 DOVE CLICCANO I MANAGER di Giuseppe Profili

TECNOLOGIA

88 IL DATA MINING SCOPRE IL SOFTWARE LIBERO
di Antonella Beccaria

LA LEGGE



RUBRICHE

1 EDITORIALE di Antonio Sonzini

4 IN MEDIA STAT VIRTUS
CHIARA E IL VULCANO di Paolo Barbesino

6 CHI L'HA LETTO?
8 NEXTEVOLUTION
NON UN PASSO INDIETRO di Gianroberto Casaleggio

19 MAX NETROOM™ INVESTIGATORE VIRTUALE
20 FIVE QUESTIONS RISPONDE ENNIO CAGGIANI

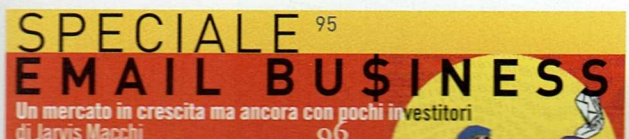
48 TRIBAL ECONOMY
LE CONTRADDIZIONI DELL'HIGH TECH di Emanuele Dainesi

78 dBRANDING
INTEGRAZIONE, NON SOLO INTERAZIONE di Matthew S. Childs

RECENSIONI A CURA DI VITTORIO PASTERIS

127 ARTWORK & NETWORK – Severino Salvemini, Giuseppe Soda – Egea

127 E-LEARNING TOOLBOOK β RELEASE – Ennio Martignago

128 OFF-LINE RIFLESSIONI A MODEM SPENTO di Giancarlo Livraghi


web marketing tools

www.wmtools.com

STRUMENTI E STRATEGIE PER L'ECONOMIA DIGITALE

Spedizione in abbonamento postale - 70% - Milano Edizioni DPM production srl

RIVISTA MENSILE € 8,50

61/62

LUGLIO / AGOSTO 2003

Investire meglio
per coinvolgere
in Internet

110 Calcio d'avvio
per un match già perso
di Alessandro Battaglia

115 Ha ragione l'arbitro
e basta polemiche
di Jarvis Macchi

118 Uno a uno palla al centro
di Alessandro Battaglia



109

**AUDI
WEB**

SPECIALE

Good bye VIETNAM MARK JARVIS L'OSPITE VINCENZO RUSSO

Di Giovanni Vannini



STRATEGIC INSIGHT

FARE IMPRESA 20 STRATEGIE E MODELLI DI BUSINESS PER VENDERE ONLINE di Andrea Rangone, Alessandro Perego, Isabella Gandini, Simone Prandin

E-GOVERNMENT 40 IL FASCINO ESCLUSIVO DEI MUSEI IN RETE di Isabella Naef

CASE STUDY 46 SISTEMI ERP IL ROI CHE VERRÀ di Giuseppe Profili

MIND IN ACTION

WEB MARKETING 58 B2B COMMUNICATION O DEL FIGLIO DELLA SERVA... di Roberto Venturini

WEB ADVERTISING 66 PROMOZIONI E STRATEGIE CROSS-MEDIA di Laura Cocorempas

COMUNICAZIONE 82 CORPORATE BLOG E L'INTRANET FUNZIONA di Pasquale Alfano

FINE TUNING

WEB TRENDS 90 DAI DISTRETTI AI SISTEMI A RETE di Agostino Sghedoni

TECNOLOGIA 102 IL PICCOLO MARKETING DELL'OPEN SOURCE di Antonella Beccaria

61/62

WEB MARKETING TOOLS®

Strumenti e Strategie per l'Economia Digitale

LUGLIO/AGOSTO 2003

CONTENT

STRATEGIC INSIGHT

FARE IMPRESA


20 STRATEGIE E MODELLI DI BUSINESS PER VENDERE ONLINE

di Andrea Rangone, Alessandro Perego, Isabella Gandini, Simone Prandin

25 B2B EVOLUTION: LE CATEGORIE VINCENTI di Fulvio Cerutti**29 STANDARDIZZARE PER METTERE ORDINE NEL CAOS**
di Riccardo Renna**33 L'E-PROCUREMENT SI PAGA ANCORA OFFLINE**

di Jarvis Macchi

35 INNOVIAMO, SÌ, MA CON LA GIUSTA CAUTELA

di Errico Formichella

E-GOVERNMENT


40 IL FASCINO ESCLUSIVO DEI MUSEI IN RETE

di Isabella Naef

CASE STUDY


46 SISTEMI ERP IL ROI CHE VERRÀ

di Giuseppe Profili

52 L'INFORMAZIONE STRATEGICA VIAGGIA CON L'INSTANT MESSAGING di Anna Stefani

MIND IN ACTION

WEB MARKETING


58 B2B COMMUNICATION O DEL FIGLIO DELLA SERVA...

di Roberto Venturini

63 LA DIFFICILE ARTE DEL COSTRUIRE COMMUNITIES

di Mafe De Baggis

WEB ADVERTISING


66 PROMOZIONI E STRATEGIE CROSS-MEDIA

di Laura Cocorempas

75 PAY-PER-CLICK: LA CHIAVE PER GENERARE CONTATTI EFFICACI di Marco Loguercio

COMUNICAZIONE


82 CORPORATE BLOG E L'INTRANET FUNZIONA

di Pasquale Alfano

FINE TUNING

WEB TRENDS


90 DAI DISTRETTI AI SISTEMI A RETE

di Agostino Sghedoni

93 LE AFFINITÀ ELETTIVE DEL GIOVANE TECNOLOGICO

di Stefano Mosetti

96 INVESTIRE MEGLIO PER COINVOLGERE IN INTRANET

di Ennio Martignago

TECNOLOGIA

102 IL PICCOLO MARKETING DELL'OPEN SOURCE

di Antonella Beccaria



RUBRICHE

1 EDITORIALE di Antonio Sonzini**4 MAX NETROOM™** INVESTIGATORE VIRTUALE**18 AGAINST THE MAINSTREAM**

I SOPRAVVISSUTI di Stefano Maruzzi

56 NEXTEVOLUTION

IF di Gianroberto Casaleggio

80 IN MEDIA STAT VIRUS

GIOCCARE PER VINCERE di Paolo Barbesino

88 USABILITY SESSION

POPOLARITÀ PRESENTE E FUTURA DELL'USABILITÀ di Michele Visciola

106 E-SECURITY ZONE

IL RUOLO CENTRALE DEL POLICY MANAGEMENT di Federico Simonetti

RECENSIONI

124 L'ARABA FENICE Etas**124 TVB** Franco Cosimo Panini (Comix)**126 OSSERVATORIO INTRANET FILES**

IL SUCCESSO DEL MODELLO ISTITUZIONALE

128 OFFLINE RIFLESSIONI A MODEM SPENTO di Giancarlo Livraghi

web marketing tools

www.wmtools.com

STRUMENTI E STRATEGIE PER L'ECONOMIA DIGITALE

Spedizione in abbonamento postale - 70% - Milano Edizioni DPM production srl
RIVISTA MENSILE € 8,50

67

GENNAIO 2004



SPECIALE 83

far soldi
con la
privacy

COSI' UN PROBLEMA CREA PROFITTO
DI JARVIS MACCHI 84

OGGI E' PIU' SICURO VERSARE I DATI IN BANCA
DI MARCO MANCUSO 88



L'OSPITE 6

Il rubinetto infinito
Silvio Scaglia

di Antonio Sonzini

STRATEGIC INSIGHT

FARE IMPRESA 18 IL VAS È MOBILE E CONQUISTA IL CONSUMER di Andrea Rangone e Filippo Renga
CASE STUDY 34 GLI ALLEVATORI PORTANO LA QUALITÀ SUL WEB di Andrea Migliavacca

WEB MARKETING 40 IL CLIENTE ARRIVA DALLE STELLE di Isabella Naef

WEB ADVERTISING 52 2004. GLI INVESTITORI ABBOCCANO ALL'AMO DELL'ONLINE di Jarvis Macchi

COMUNICAZIONE 60 VERSO LO STAKEHOLDERS RELATIONSHIP MANAGEMENT di Fabio Scognamiglio

MIND IN ACTION

WEB TRENDS 68 STATI DI DIPENDENZA DALLA RETE di Nadia Nonis

LA LEGGE 76 DIFFERENZIARE CON I PATRIMONI AD HOC di Marco Vergani

FINE TUNING

67

WEB MARKETING TOOLS®

Strumenti e Strategie per l'Economia Digitale

GENNAIO 2004

CONTENT

STRATEGIC INSIGHT

FARE IMPRESA

**18 IL VAS È MOBILE E CONQUISTA IL CONSUMER** di Andrea Rangone e Filippo Renga**24 CROMOSOMI DIGITALI PER IL DNA DEL VALORE** di Errico Formichella**29 OBIETTIVI DIVERSI, MODI DIVERSI DI FARE INTERNET**

di Roberto Venturini

CASE STUDY

**34 GLI ALLEVATORI PORTANO LA QUALITÀ SUL WEB** di Andrea Migliavacca

MIND IN ACTION

WEB MARKETING

**40 IL CLIENTE ARRIVA DALLE STELLE** di Isabella Naef**44 LO SVILUPPO STRATEGICO DELL'INTERATTIVITÀ ONLINE**

di Andrea Payaro

WEB ADVERTISING

**52 2004. GLI INVESTITORI ABBOCCANO ALL'AMO DELL'ONLINE** di Jarvis Macchi

COMUNICAZIONE

**60 VERSO LO STAKEHOLDERS RELATIONSHIP MANAGEMENT** di Fabio Scognamiglio**64 MEDIA INTEGRATI. E L'ITALIA SI SCOPRE DIGITALE**

di Fiamma Petrovich

FINE TUNING

WEB TRENDS

**68 STATI DI DIPENDENZA DALLA RETE** di Nadia Nonis**72 L'E-LEARNING APPRODA ALLE COLONNE D'ERCOLE**

di Ennio Martignago

A LEGGE

**76 DIFFERENZIARE CON I PATRIMONI AD HOC** di Marco Vergani

RUBRICHE

1 EDITORIALE di Antonio Sonzini**14 AGAINST THE MAINSTREAM**
IDIOTS RULE di Stefano Maruzzi**38 NEXTEVOLUTION**
MAGIC TOWN di Gianroberto Casaleggio**50 OFFLINE**
I "VECCHI" E LA COMUNICAZIONE di Giancarlo Livraghi**58 IN MEDIA STAT VIRTUS**
CAMERA CON VISTA di Paolo Barbesino**66 USABILITY SESSION**
QUALI REQUISITI D'USO? di Michele Visciola**80 E-SECURITY ZONE**
WANTED, DEAD OR ALIVE! di Federico Simonetti

RECENSIONI

93 POPWAR Apogeo**93 TECNOCULTURA** Guerini e Associati**94 OSSERVATORIO INTRANET FILES**
LA RIVOLUZIONE TIEPIDA**96 NO GURU**
IL MIO COMPUTER di Diego Parassole

3 **farsi soldi con la privacy**
SPECIALE

COSÌ UN PROBLEMA CREA PROFITTO

DI **JARVIS MACCHI** 84

OGGI È PIÙ SICURO VERSARE I DATI IN BANCA

DI **MARCO MANCUSO** 88

web marketing tools

STRUMENTI DI COMPETITIVITÀ E INNOVAZIONE

EDIZIONI DPM PRODUCTION SRL | RIVISTA MENSILE € 8,50
SPEDIZIONE IN ABB. POSTALE -70% MILANO

MARZO 2004

L'OSPITE

Massimo Sarmi.

Poste Italiane p.6

FARE IMPRESA

**Scegliere la web
agency ideale p.20**

CASE STUDY

**Print on demand.
Risparmio
e flessibilità p.30**

MARKETING

**L'evoluzione
della comunicazione
finanziaria p.46**

DESIGN

**Tutti i profumi
del web p.58**

TRENDS

**Disumanizzare
la conoscenza
crea mostri p.70**

Che cosa chiedere al direttore marketing (p.77)



69

sommario

STRATEGIC INSIGHT

FARE IMPRESA

14 **Le incredibili esperienze dello shopping emozionale**
di Marco Mancuso

20 **Scegliere (e gestire) la web agency ideale (per voi)**
di Mafè De Baggis

24 **Change management. Arma a doppio taglio per le pmi**
di Jarvis Macchi

CASE STUDY

30 **Print on demand. Risparmio e flessibilità**
di Jarvis Macchi

34 **La corsa agli scaffali digitali**
di Fiamma Petrovich

38 **Pmi. Associati si vince**
di Errico Formichella

MIND IN ACTION

MARKETING

46 **L'evoluzione della comunicazione finanziaria**
di Chiara Artosi

52 **Quando l'apparenza inganna**
di Luca Sesini

DESIGN

58 **Tutti i profumi del web**
di Marta Carlon

64 **Intercultural usability. Quando l'inglese non basta**
di Francesca Anzalone

FINE TUNING

TRENDS

70 **Disumanizzare la conoscenza crea mostri**
di Ennio Martignago

L'OSPITE

6 Massimo Sarmi
Una cartolina dal futuro
di Marco Mancuso

SPECIALE

CHE COSA CHIEDERE
AL DIRETTORE MARKETING

78 **Un mix così max**
di Isabella Naef

82 **Market, to market, marketing**
di Giovanni Vannini

86 **Lettera aperta al santo patrono**
di Roberto Venturini

rubriche

1 EDITORIALE
di Antonio Sonzini

28 NEXTEVOLUTION
di Gianroberto Casaleggio

44 IN MEDIA STAT VIRTUS
di Paolo Barbesino

56 OFFLINE
di Giancarlo Livraghi

68 USABILITY SESSION
di Michele Visciola

74 E-SECURITY ZONE
di Federico Simonetti

94 Osservatorio INTRANET FILES
di Mariano Corso, Andrea Rangone
e Stefano Mainetti

96 NO GURU
di Ugo Di Ghero

recensioni

90 IL TEMPO DEL LOISIR
Guerini e Associati

90 DISINFORMATION TECHNOLOGY
Apogeo

91 IN SEARCH OF STUPIDITY
Apress

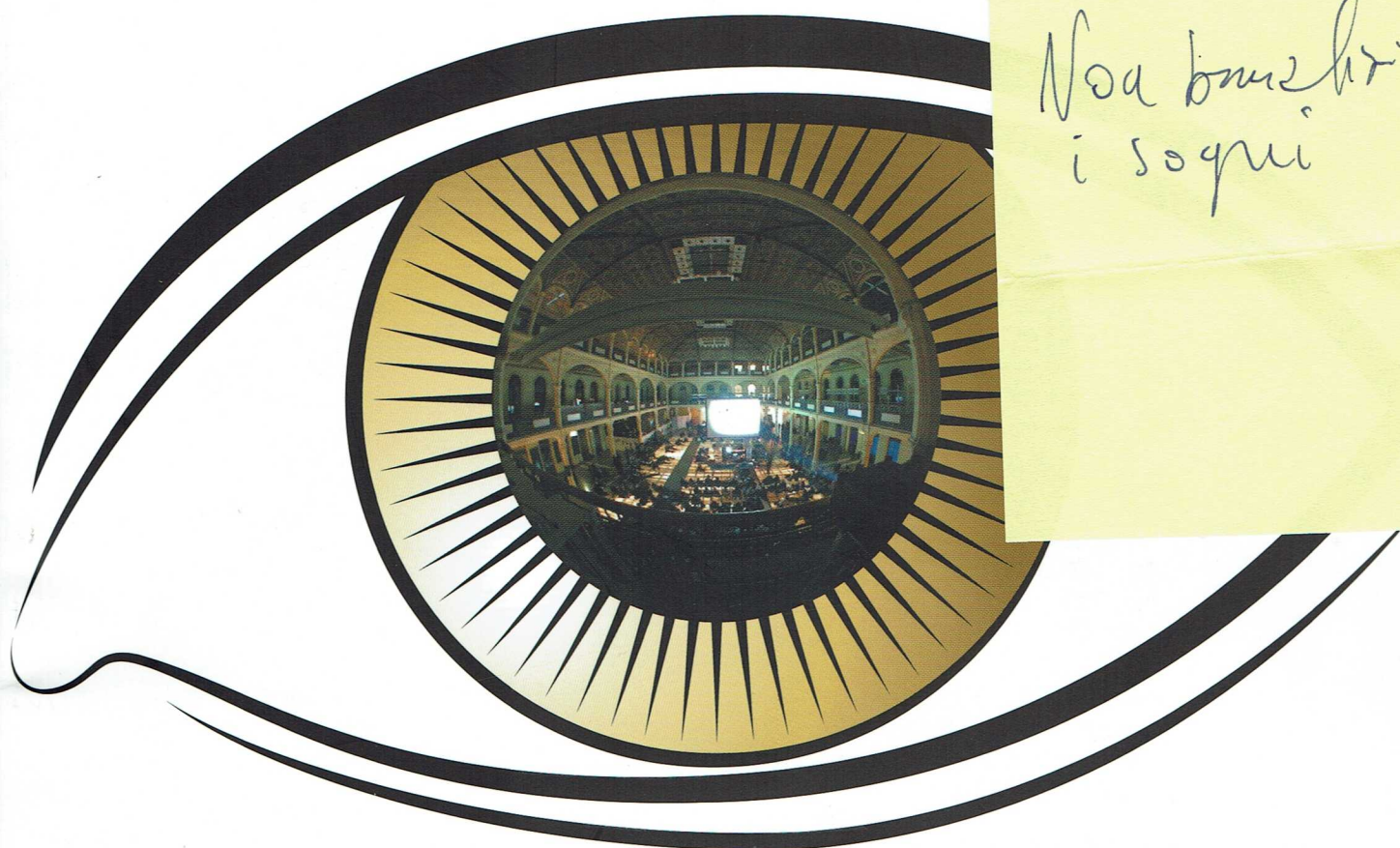
web marketing tools

www.wmtools.com

STRUMENTI DI COMPETITIVITÀ E INNOVAZIONE

EDIZIONI DPM PRODUCTION SRL | RIVISTA MENSILE € 8,50
SPEDIZIONE IN ABB. POSTALE -70% MILANO

MAGGIO 2004



Noa bancher
i sogni

Le ultime tendenze del **DESIGN** (p.81)

71

L'OSPITE
Faisal Hoque.
E adesso parliamo
di business p.6

CASE STUDY
Chi trova gli amici
trova un tesoro p.26

MARKETING
Anche l'Italia
"motoredipendente" p.34

MARKETING
Netattivisti, prosumer
e corporate
a impatto zero p.44

TRENDS
Il valore della formazione
e la formazione di valore p.66

LA LEGGE
Il sito web: un asset
a disposizione delle aziende p.76

ommario

STRATEGIC INSIGHT

FARE IMPRESA

Legacy. Un patrimonio che non può andare in soffitta

di Jarvis Macchi

ORGANIZZAZIONE

L'operatività delle pmi trasloca su internet

di Andrea Migliavacca

E-GOVERNMENT

Incatenati al territorio

di Fiamma Petrovich

CASE STUDY

Chi trova gli amici trova un tesoro

di Roberto Venturini

MIND IN ACTION

MARKETING

Anche l'Italia "motoredipendente"

di Marco Loguercio

Web analytics stories

di Giovanni Lorenzoni

Netattivisti, prosumer e corporate a impatto zero

di Marco Mancuso

MEDIA

Ridere di gusto e... ricordarsi

di Isabella Naef

FINE TUNING

TRENDS

Tutti i numeri di una rete che continua a crescere

di Giancarlo Livraghi

Il valore della formazione e la formazione di valore

di Luca Sesini

Non banalizziamo i sogni

di Ennio Martignago

LA LEGGE

Il sito web: un asset a disposizione delle aziende

di Marco Vergani

L'OSPITE

6 Faisal Hoque

E adesso parliamo di business

di Gianroberto Casaleggio

SPECIALE

LE PROSSIME TENDENZE DEL DESIGN

82 In bilico tra gioco e realtà

di Marco Mancuso

86 La nuova parola d'ordine dell'hi-tech è "fashion"

di Jarvis Macchi

88 Viene prima l'uovo art o la gallina tech?

di Costanza Mastrovalerio

rubriche

1 EDITORIALE

di Antonio Sonzini

10 AGAINST THE MAINSTREAM

di Stefano Maruzzi

16 NEXT EVOLUTION

di Gianroberto Casaleggio

32 IN MEDIA STAT VIRTUS

di Paolo Barbesino

50 OFFLINE

di Giancarlo Livraghi

56 USABILITY SESSION

di Michele Visciola

94 Osservatorio INTRANET FILES

di Mariano Corso, Andrea Rangone e Stefano Mainetti

96 NO GURU

di Enrique Balbontin

recensioni

93 Giornali e giornalisti della rete

Apogeo

Strategie per la next economy

Il Sole24Ore

Apprendimento in rete

e condivisione delle conoscenze

FrancoAngeli

web marketing tools

www.wmtools.com

STRUMENTI DI COMPETITIVITÀ E INNOVAZIONE

EDIZIONI DPM PRODUCTION SRL | RIVISTA MENSILE € 8,50
SPEDIZIONE IN ABB. POSTALE -70% MILANO

GIUGNO 2004

L'OSPITE

Lucio Carli.

La tradizione

vince anche online p. 6

FARE IMPRESA

Il b2b da moda

a modus operandi p.14

MARKETING

Signor cliente,

se ne vada p. 32

MEDIA

Rss, come ti aggrego

il web p. 44

DESIGN

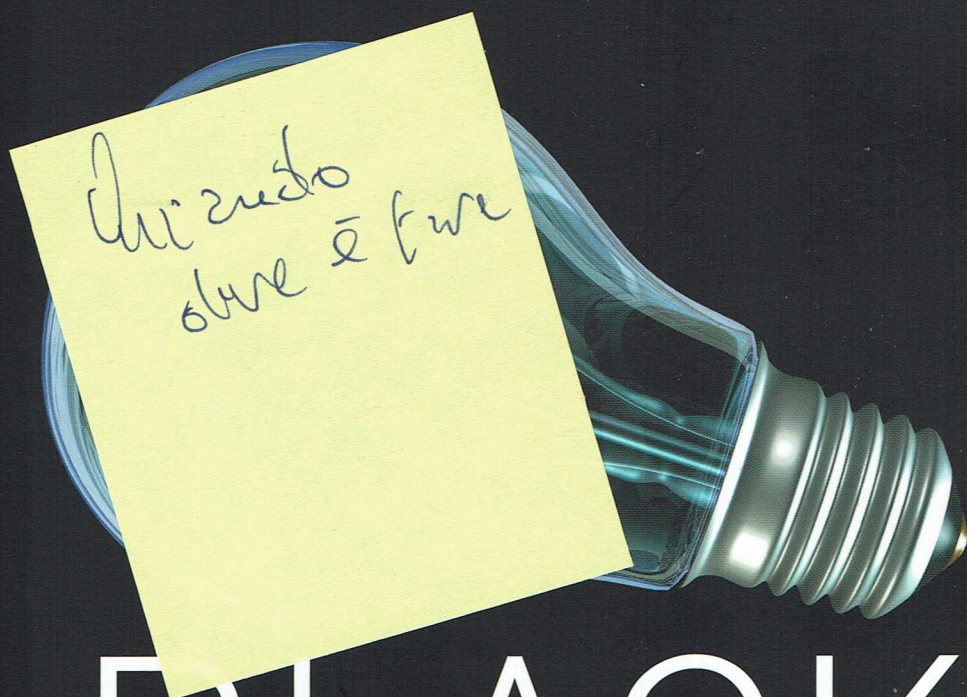
Dal sito vetrina

al sito performante p. 48

TECNOLOGIA

Telco, no grazie

L'alternativa possibile p. 72



BLACK OUT

Che cosa succederà
questa estate.
Come difendersi

(p.79)

ARTWORK DI ALESSANDRO MEGGIO

72

sommario

STRATEGIC INSIGHT

FARE IMPRESA

- 14** Il b2b in Italia. Da "moda" a modus operandi
di Andrea Rangone, Alessandro Perego, Paolo Catti e Riccardo Mangiaracina
- 20** Banking online. Con il cliente in palmo di mano
di Isabella Naef

E-GOVERNMENT

- 26** Stesi dalle e-lezioni
di Silvia Nidasio e Giovanni Tamborini

MIND IN ACTION

MARKETING

- 32** Signor cliente, mi faccia un piacere: se ne vada
di Roberto Venturini
- 38** Aziende e mercato. Aspettando Godot,
connessi a internet
di Lorenzo Montagna

MEDIA

- 44** Come ti aggrego il web
di Mafe de Baggis

DESIGN

- 48** Dal sito vetrina al sito performante
di Marco Loguercio

FINE TUNING

TRENDS

- 54** Quando dire è fare
di Ennio Martignago
- 58** Numeri & rete. Anche l'Italia si fa largo
di Giancarlo Livraghi
- 66** L'illusione del controllo e la comunicazione
verso i dipendenti
di Luca Sesini

TECNOLOGIA

- 72** Telco, no grazie. L'alternativa possibile
...e redditizia
di Marco Mancuso

L'OSPITE

- 6** Lucio Carli
La tradizione vince anche online
di Gianroberto Casaleggio

SPECIALE

BLACK OUT

- 80** A caccia di megawatt
di Isabella Naef
- 83** Internet? Va a carbone
di Marco Margheri

rubriche

- 1** EDITORIALE
di Antonio Sonzini
- 12** AGAINST THE MAINSTREAM
di Stefano Maruzzi
- 24** NEXT EVOLUTION
di Gianroberto Casaleggio
- 30** IN MEDIA STAT VIRTUS
di Paolo Barbesino
- 42** OFFLINE
di Giancarlo Livraghi
- 52** USABILITY SESSION
di Michele Visciola
- 94** OSSERVATORIO INTRANET FILES
di Mariano Corso, Andrea Rangone
e Stefano Mainetti
- 96** NO GURU
di Rossana Carretto

recensioni

- 90** Smart mobs
Raffaello Cortina Editore
- 90** Switch over
Guerini
- 91** After the new economy
The new press
- 93** Managing It is a business
John Wiley & Sons Inc
- 93** Google
Hops
- 93** Il costo dell'ignoranza
Etas

web marketing tools

STRUMENTI DI COMPETITIVITÀ E INNOVAZIONE

EDIZIONI DPM PRODUCTION SRL | RIVISTA MENSILE € 8,50
SPEDIZIONE IN ABB. POSTALE -70% MILANO

SETTEMBRE 2004

75

L'OSPITE

Nicolas Carr

Il volto francescano
della tecnologia **p. 6**

FARE IMPRESA

Info-commerce

La parte nascosta
dell'iceberg **p. 12**

MARKETING

Finalmente l'email
diventa adulta **p. 34**

MEDIA

Corporate web tv

Se va in onda
la tua azienda **p. 50**

DESIGN

Mario Canali

Corto circuito
sensoriale **p. 56**

TECNOLOGIA

Che ne sai tu
di un documento
intelligente? **p. 70**



Convergenze parallele

p. 81

ADDIO ALLE SOLUZIONI SPECIALISTICHE?

sommario

STRATEGIC INSIGHT

FARE IMPRESA

- 12** Info-commerce. La parte nascosta dell'icerberg
di Roberto Liscia

E-GOVERNMENT

- 16** Metti l'e-book in cartella
di Isabella Naef

NO-PROFIT

- 20** Non solo Fundraising
di Silvia Nidasio e Giovanni Tamborini

CASE STUDY

- 26** Mettiamo le mani sul business model
di Roberto Venturini

MIND IN ACTION

MARKETING

- 34** Finalmente l'email diventa adulta
di Paolo Barbesino e Marco Briata

- 38** I mille segreti del crm pharma
di Chiara Artosi

MEDIA

- 44** Responsabili sì, ma con stile
di Arianna Dagnino

- 0** Se va in onda la tua azienda
di Luca Sesini e Giulio Iacono

DESIGN

- 5** Corto circuito sensoriale
di Marta Carlon e Marco Mancuso

FINE TUNING

TRENDS

- Per chi suona la campanella
di Ennio Martignago

TECNOLOGIA

- Che ne sai tu di un documento intelligente?
di Carlo Viale

LA LEGGE

- 3li equilibri fiscali dello shopping online
di Marco Vergani

L'OSPITE

- 6** NICOLAS CARR
Il volto francescano della tecnologia
di Stefano Gulmanelli

SPECIALE

- 82** CONVERGENZE PARALLELE
Consumer, un unico device integrato
e intelligente
di Jarvis Macchi
- 86** Tre modelli di business per la Dtt
di Patrizia Peletti
- 90** Business, il futuro delle aziende
è mobile
di Jarvis Macchi

rubriche

- 1** EDITORIALE
di Antonio Sonzini
- 10** AGAINST THE MAINSTREAM
di Stefano Maruzzi
- 48** OFFLINE
di Giancarlo Livraghi
- 54** IN MEDIA STAT VIRTUS
di Paolo Barbesino
- 62** USABILITY SESSION
di Michele Visciola
- 94** OSSERVATORIO INTRANET FILES
di Mariano Corso, Andrea Rangone
e Stefano Mainetti
- 96** NO GURU
di Emiliano Brembilla

recensioni

- 93** Performing media
Novecento Libri
- 93** Qualità: un'occasione perduta?
Etas Libri
- 93** Il check-up dei siti web
Apogeo