

Indice

| | | |
|---|------|----|
| Prefazione <i>di Riccardo Scandellari</i> | pag. | 11 |
| Introduzione | » | 15 |
| 1. Oltre l'applicazione | » | 21 |
| 1.1. Telegram, oltre la semplice applicazione | » | 21 |
| 1.2. Telegram vs WhatsApp | » | 23 |
| 1.3. Un'opportunità per tutti | » | 28 |
| 1.4. Pubblicità su Telegram | » | 31 |
| 2. Punti di forza | » | 37 |
| 2.1. Telegram su diversi dispositivi | » | 37 |
| 2.2. Cosa c'è su Telegram | » | 38 |
| 2.3. Privacy e sicurezza | » | 45 |
| 2.4. Chat segrete | » | 47 |
| 2.5. Gruppi | » | 49 |
| 2.5.1. Modalità limitata | » | 50 |
| 3. Amministrare e gestire canali | » | 51 |
| 3.1. Canale pubblico e canale privato | » | 51 |

| | | |
|---|----------|------------|
| 3.2. Amministrare un canale | » | 53 |
| 3.3. Visibilità e condivisione dei contenuti | » | 58 |
| 3.4. Ricerca globale..... | » | 63 |
| 3.5. Controllo della community..... | » | 64 |
| 4. Creare una strategia efficace..... | » | 67 |
| 4.1. Integrare Telegram in una strategia | » | 67 |
| 4.2. Testing..... | » | 68 |
| 4.3. Come si crea una strategia..... | » | 71 |
| 4.4. Obiettivi raggiungibili..... | » | 73 |
| 4.5. Obiettivi generici | » | 77 |
| 4.6. Funnel di vendita..... | » | 78 |
| 5. Attuare una strategia..... | » | 85 |
| 5.1. Gruppi e canali: cosa scegliere..... | » | 85 |
| 5.2. Come comunicare su un canale pubblico..... | » | 89 |
| 5.3. Come comunicare su un canale privato..... | » | 91 |
| 5.4. Approccio diretto o di massa..... | » | 93 |
| 5.5. Conversare in privato | » | 95 |
| 5.6. Perché parlare con gli iscritti di un canale | » | 98 |
| 6. Come comunicare bene | » | 101 |
| 6.1. Cos'è un piano editoriale..... | » | 101 |
| 6.2. Costruire un piano editoriale efficace | » | 103 |
| 6.3. Cosa pubblicare..... | » | 106 |
| 6.4. Quando pubblicare..... | » | 107 |
| 6.5. Frequenza di pubblicazione..... | » | 109 |
| 6.6. Programmazione dei contenuti..... | » | 110 |
| 7. Rendere originale un contenuto | » | 115 |
| 7.1. Telegram Formula..... | » | 115 |
| 7.2. Esclusività di un contenuto | » | 116 |
| 7.3. Coerente con la premessa..... | » | 118 |
| 7.4. Creare uno stile | » | 120 |

| | | |
|--|----------|------------|
| 7.5. Telegram non è una newsletter..... | » | 120 |
| 7.6. Telegraph di Telegram..... | » | 121 |
| 8. Potenziare una strategia con i bot | » | 131 |
| 8.1. Cosa sono i bot..... | » | 131 |
| 8.2. Categorie di bot..... | » | 132 |
| 8.3. I 10 migliori bot..... | » | 136 |
| 8.4. Bot per la gestione di un canale | » | 139 |
| 8.5. I bot sono indispensabili? | » | 143 |
| 9. Ampliare la rete | » | 145 |
| 9.1. Come far crescere una community | » | 145 |
| 9.2. Attività di promozione | » | 147 |
| 9.3. Advertising a pagamento | » | 153 |
| 9.4. Tracciamento..... | » | 157 |
| 9.5. Click monitoring e servizi di analytics | » | 160 |
| 10. Caso studio..... | » | 163 |
| 10.1. Potere di un sondaggio..... | » | 163 |
| 10.2. Crescita del numero di iscritti..... | » | 169 |