

Indice

Prefazione di Riccardo Scandellari	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