

HOME / NEWS / CULTURA / UN LIBRO DI LUCA POMA SPIEGA COME COSTRUIRE UNA BUONA REPUTAZIONE



Foto: la cover del libro "Il reputation management spiegato semplice, con un focus sulla misurazione della reputazione"

Un libro di Luca Poma spiega come costruire una buona reputazione

Scritto da FashionUnited



3 giu 2021

Corporate reputation, crisis management, corporate social responsibility, unconventional media relation e nation branding sono tra gli argomenti trattati nel nuovo libro di Luca Poma, dal titolo "Il reputation management spiegato semplice, con un focus sulla misurazione della reputazione", in uscita il 3 giugno in libreria (pagine 440, 29 euro) e online.

L'autenticità è fondamentale assieme alla qualità e alla multicanalità

Poma è professore di reputation management all'Università Lumsa di Roma, prima cattedra a essere istituita in Italia, nel 2016, su questa materia, nonché professore all'Università della Repubblica di San

Marino.

Il volume, scritto in collaborazione con Giorgia Grandoni e pubblicato da Celid, marchio editoriale di Torino, ha come obiettivo quello di far esplorare ai lettori le più innovative frontiere della gestione della reputazione e della risoluzione delle crisi reputazionali, anche attraverso l'analisi di case study, tra cui Autostrade per l'Italia, Barilla, Eni, Facile.it, Guna Spa e Visa.

"Il libro è un percorso fascinoso e insieme rigoroso, proprio per la sua ottica", ha scritto nella prefazione Francesco Bonini, rettore dell'Università Lumsa di Roma. "Questo volume da un lato ci proietta sulle frontiere più innovative del management, dall'altro ci fa riflettere su alcuni fondamentali della relazione e dell'ethos personale e collettivo".

Gli autori hanno elaborato un decalogo utile per costruire una buona reputazione. Al primo posto figura la qualità del prodotto, al secondo l'autenticità, perché i cittadini rifuggono i lifting e il marketing fine a sé stesso. A seguire l'ascolto, senza il quale è impossibile comprendere cosa è necessario e voluto dai propri clienti; poi la mappatura: perché se non si individuano anticipatamente i propri pubblici, è impossibile comprendere con chi dialogare e chi ascoltare.

Al quinto posto, scrivono gli autori, "saper dare, primo passaggio, indispensabile, prima di chiedere, se si vogliono costruire relazioni di valore". Al sesto, saper presidiare, perché nulla è scontato e le piante vanno innaffiate, non vi stancate di coltivare le relazioni che avete precedentemente creato; al settimo prevedere scenari, perché la risoluzione delle crisi di reputazione si gioca tutta "prima", simulando, attrezzandosi, e migliorando le procedure di gestione delle crisi fino allo sfinimento. All'ottavo chiedere scusa, quando si sbaglia: per le relazioni tra le organizzazioni valgono le stesse regole che valgono tra persone, non è più complicato di così, e (ovviamente) avere l'immediata disponibilità a rimediare al danno commesso. Infine, multicanalità e transmedialità (avvolgendo il cliente con la propria comunicazione e attenzione da ogni lato) e il saper emozionare, perché l'emozione è il driver potentissimo sui binari del quale viaggia (anche) la reputazione.

CORPORATE SOCIAL RESPONSABILITY

CRISI AZIENDALE

LUCA POMA

REPUTAZIONE



ARTICOLI CORRELATI

RELATED PRODUCTS



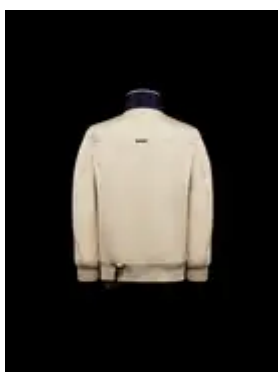
Weird Fish

BUY NOW



Madewell

BUY NOW



Trench London



Perry Ellis

BUY NOW



Weird Fish

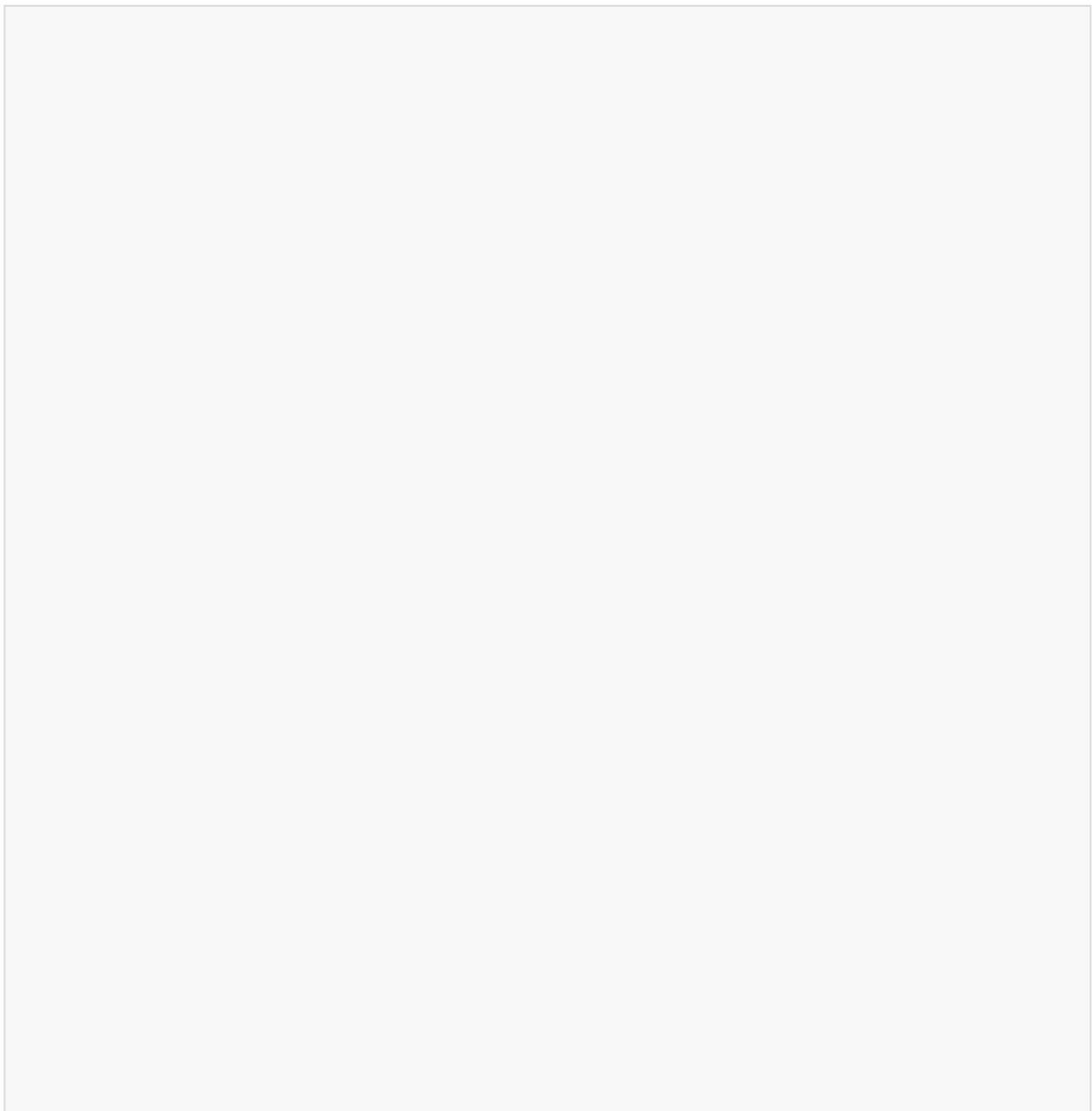
BUY NOW

BUY NOW



dorothee schumacher

BUY NOW



Customer Service Specialist (f/m/d) - Milan

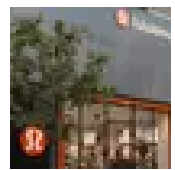


CANDIDATI QUI

ALTRE STORIE

BUSINESS

Lululemon Athletica: vendite a +88 per cento nel primo trimestre



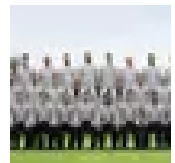
PERSONE

Ramprasad Sridharan è il nuovo ceo di Benetton India



MODA

Giorgio Armani firma la divisa della Nazionale di calcio per gli Europei



PIÙ LETTO

BUSINESS

Etsy compra la startup italiana Depop per 1,63 miliardi



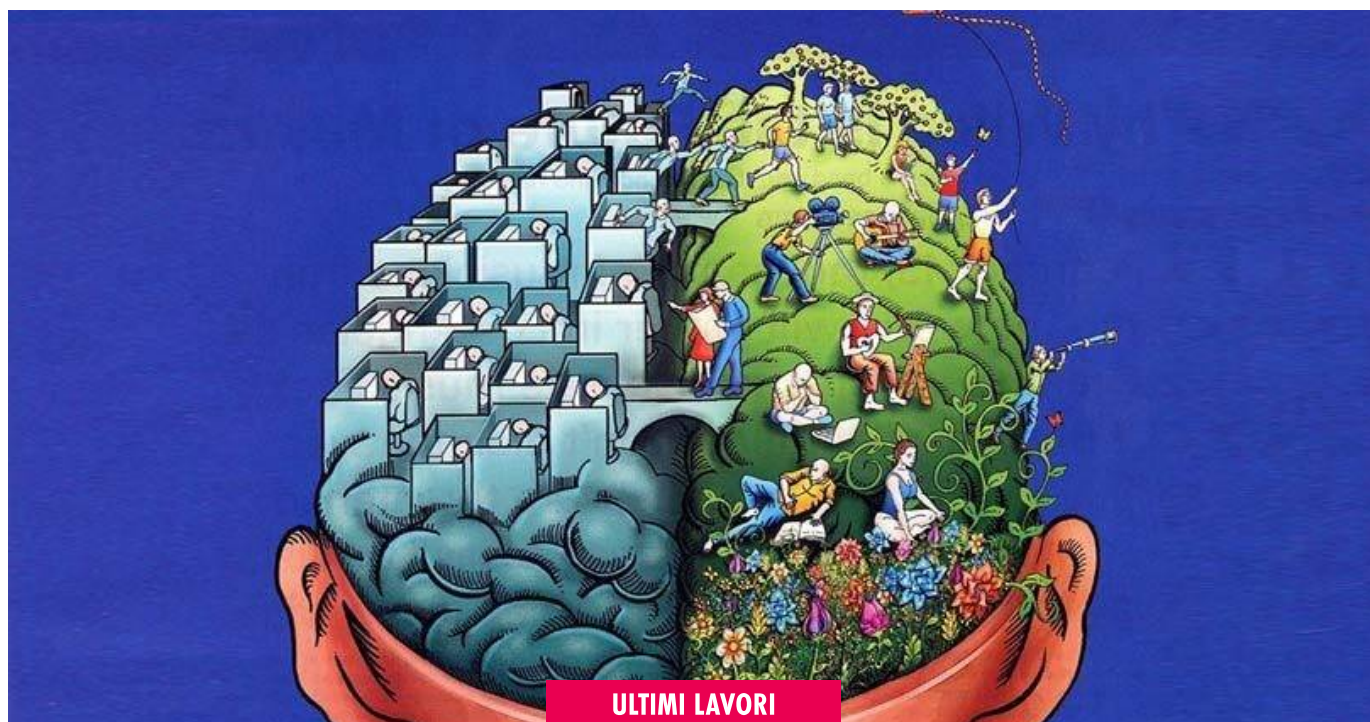
PERSONE

Carla Carini: Rocco Adriano Galluccio nuovo direttore creativo



PERSONE

Ramprasad Sridharan è il nuovo ceo di Benetton India



Commercial & Operations Controller (m/w/d)

Style Advisor Full-time Zurich

Addetto Customer Service Italia

Sale Associate Chinese Speaker.

Store Manager (m/f/d)

Notizie

Moda

Retail

Business

Cultura

Persone

Fiere

Statistiche

Education

Executive

Carriera nella Moda

Trovare un Lavoro

Trovare un Stage

Posta un Lavoro

Eventi

Calendario delle Diere

Lookbook

Brand Directory

Marketplace

Collegare

Newsletter

RSS

Youtube

Facebook

LinkedIn

Instagram

A Proposito di

FashionUnited

Statuto Editoriale

Contact

Privacy

Ethics

More information | [Fashion Jobs](#) | [Fashion News](#)

Part of the FashionUnited Group | www.FashionUnited.info © FashionUnited 2021