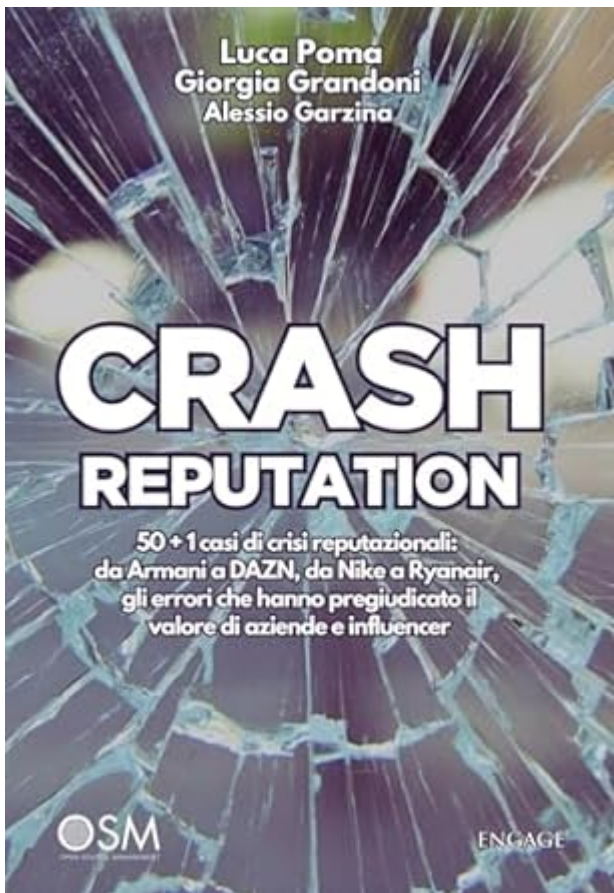


Recensione onesta di CRASH REPUTATION



“Crash Reputation: 50+1 casi di crisi reputazionali” di Luca Poma e Giorgia Grandoni analizza in profondità gli errori che hanno compromesso l’immagine di aziende e influencer, da Armani a DAZN. Il libro non si limita alla teoria, ma offre 50 case history reali, esplorando scandali e crisi di comunicazione. Imprenditori, manager e professionisti troveranno strumenti pratici per prevenire e gestire efficacemente le crisi reputazionali, imparando a riconoscere i segnali d’allarme, comunicare strategicamente e trasformare le difficoltà in opportunità. Con l’esperienza del Prof. Poma e la competenza della dott.ssa Grandoni, questo manuale fornisce una guida completa per proteggere il valore intangibile della propria reputazione, includendo 3 ore di video extra sul marketing e la comunicazione.

Recensione CRASH REPUTATION

“Crash Reputation: 50 + 1 casi di crisi reputazionali” è un libro che mi ha davvero colpito per la sua completezza e praticità. Sinceramente, mi aspettavo una trattazione teorica e astratta sul tema della gestione della crisi reputazionale, invece ho trovato un vero e proprio manuale operativo, ricco di esempi concreti e casi studio che spaziano da colossi come Armani e Nike a influencer e piattaforme come DAZN. Questo approccio pratico, basato su esperienze reali, rende la lettura scorrevole e coinvolgente, e soprattutto, estremamente utile.

Gli autori, Luca Poma e Giorgia Grandoni, dimostrano una profonda conoscenza del settore e una capacità di analisi impeccabile. Non si limitano a descrivere gli eventi, ma approfondiscono le cause, le conseguenze e soprattutto, le strategie di gestione adottate (o non adottate) dalle aziende e dai personaggi coinvolti. Ogni caso studio è una lezione preziosa, un'occasione per imparare dagli errori altrui e per evitare di commettere gli stessi passi falsi.

Apprezzo particolarmente la struttura del libro: la suddivisione in capitoli tematici, la chiarezza espositiva e l'organizzazione delle informazioni rendono la lettura facile e intuitiva, anche per chi non ha una formazione specifica in comunicazione o management. Non si tratta di un testo pesante e noioso, ma di una guida agile e di facile consultazione, perfetta per una lettura mirata o per approfondimenti specifici. La presenza dei video contenuti extra è un valore aggiunto notevole, che arricchisce ulteriormente l'esperienza di apprendimento.

Quello che ho trovato particolarmente interessante è la capacità degli autori di evidenziare come una crisi reputazionale, pur essendo un evento negativo, possa trasformarsi in un'opportunità di crescita. Il libro non si limita a presentare soluzioni per “tamponare” il danno, ma

offre strumenti e strategie per affrontare la crisi in modo proattivo, trasformandola in un'occasione per migliorare la comunicazione, rafforzare la fiducia del pubblico e, in definitiva, consolidare la propria reputazione.

“Crash Reputation” non è solo un libro per professionisti del settore; è una lettura consigliata a chiunque, imprenditore, manager, influencer o semplice appassionato di comunicazione, che desideri comprendere l'importanza della gestione della reputazione e imparare a proteggere il proprio valore, sia esso aziendale o personale. La consapevolezza dei rischi, la capacità di prevedere e gestire le crisi, sono competenze fondamentali in un mondo sempre più connesso e permeato dalla comunicazione digitale. Questo libro fornisce gli strumenti per acquisire queste competenze in modo efficace e accessibile. In definitiva, lo consiglio vivamente come un investimento importante per la propria crescita professionale e personale.

Informazioni

- Dimensioni: 15.39 x 1.37 x 21.59 cm
- Lingua: Italian
- Lunghezza di stampa: 236
- Data di pubblicazione: 2024