



Scuola per Librai
Umberto e Elisabetta Mauri

Programma Corsi Monografici 2018

Fondazione Umberto e Elisabetta Mauri
Corso Sempione, 4 20154 Milano
Tel. 02 794867 - 02 799652
www.scuolalibrauem.it

La Scuola per Librai Umberto e Elisabetta Mauri è promossa da:
Messaggerie Italiane Spa
Messaggerie Libri Spa
Associazione Librai Italiani
Associazione Italiana Editori

Con il patrocinio di

Milano



Comune
di Milano

“È una passione, lavorare per il libro. Nella famiglia Mauri si è fedeli da anni a questa professione, che è una medicina straordinaria. Perché non ci si può fidare solamente della propria intelligenza. Bisogna andare oltre, aprirsi, collaborare all’intelligenza del tempo (...).

Tra le nostre mani di editori, distributori e librai scorre il pensiero del nostro tempo. Ne siamo consapevoli e attenti.”

Achille Mauri

Le risorse umane sono la carta vincente delle librerie del nuovo secolo; professionalità e qualità del servizio sono il tratto distintivo di una vera, grande libreria: è dunque importantissimo che i librai siano adeguatamente formati e che la loro preparazione venga periodicamente ampliata e aggiornata, mantenendo sempre vive passione e motivazione nello svolgimento del lavoro quotidiano.

I Corsi della **Scuola per Librai Umberto e Elisabetta Mauri** costituiscono in questo senso uno strumento prezioso per far sì che i librai divengano, o continuino a essere, **veri librai e non semplici venditori di libri**: è fondamentale che conoscano (o che vengano ricordati loro!) argomenti quali l’importanza di un buon assortimento, il valore del servizio al cliente, il prestigio e la storia delle principali case editrici e, nel contempo, il ruolo decisivo svolto dagli editori piccoli e medi, nonché come si gestisce una libreria.

I programmi della Scuola prevedono appositi moduli didattici centrati su questi e altri temi e, grazie alla qualità delle testimonianze portate non soltanto dai docenti ma anche da operatori del mondo del libro e della cultura in genere (editor, giornalisti, scrittori, intellettuali, librai, distributori, addetti stampa), e grazie alla competenza e alla cura con cui vengono elaborati i programmi didattici, rappresentano quanto di meglio un libraio possa trovare oggi in Italia per perfezionarsi, essere sempre al passo con i tempi, amare sempre più, e dunque svolgere sempre meglio, il proprio mestiere.

Al termine di ogni giornata, un incontro dedicato al tema **Essere editore**, per conoscere da vicino la realtà di alcune prestigiose case editrici attraverso le parole dei loro più autorevoli rappresentanti.

1. APRIRE E GESTIRE UNA LIBRERIA

Alberto Galla

26 febbraio 2018

Quali sono gli aspetti da conoscere e da tener presente quando si vuole realizzare il “sogno” di aprire una libreria nuova? Il corso si pone l’obiettivo di fornire ai partecipanti le principali coordinate entro le quali valutare questa decisione dal punto di vista economico e imprenditoriale, e come iniziare a organizzare la propria attività di vendita nel quadro attuale di regole di mercato e prassi commerciali.

Come stanno cambiando in questi anni i modelli di libreria? Quali servizi e quali assortimenti richiede il cliente? Quali spazi dare agli eventi o ad altre attività integrative alla vendita dei libri?

Il corso ha una prima funzione di inquadramento e fornisce le informazioni operative per una migliore messa a punto del budget, dell’assortimento, della comunicazione, della relazione con il cliente e delle componenti social. Tutti temi che gli interessati potranno approfondire anche nei corsi successivi.

9.30-10.00	Introduzione e benvenuto, Romano Montroni , Presidente del Centro per il Libro e la Lettura
10.00-10.30	Alberto Galla , presentazione e introduzione della giornata <i>L’evoluzione dei canali commerciali e delle formule di vendita</i>
10.30-11.30	Presentazione dati a cura di Giovanni Peresson AIE – Associazione Italiana Editori <ul style="list-style-type: none">• Il mercato del libro e della lettura in Italia• La produzione editoriale e le quote di mercato
11.30-11.45	Pausa caffè
11.45-12.15	Alberto Galla <ul style="list-style-type: none">• La definizione del bacino d’utenza e delle sue potenzialità• Il marketing mix della libreria
12.15-12.45	<i>Gli strumenti informativi a disposizione della libreria</i> Simonetta Pillon , Amministratore delegato IE – Informazioni Editoriali
12.45-13.30	<i>Utilizzo dei Social Network e organizzazione delle iniziative culturali per l’animazione e la promozione della libreria</i> Cristina Di Canio La scatola lilla, Milano e Fabrizio Piazza Modusvivendi, Palermo
13.30-14.30	Colazione
14.30-15.15	<i>La scelta del franchising come nuovo modello organizzativo della libreria</i> Tiberio Sarti , Amministratore delegato Ubik
15.15-16.30	Alberto Galla <ul style="list-style-type: none">• La definizione dell’assortimento, la costruzione di rapporti tra libreria e casa editrice, gli strumenti di controllo del monte merci• Come organizzare i rapporti con i fornitori (editori, distributori, grossisti) e con gli agenti• La scelta della specializzazione: le valutazioni da compiere• Come sviluppare e verificare un’ipotesi di business plan• La normativa e gli adempimenti burocratico-amministrativi

16.30-16.45

Pausa caffè

16.45-17.30

Pensare, progettare, riprogettare gli spazi della libreria

Andrea Bonessa, architetto

17.30-18.00

La funzione della distribuzione del libro in Italia. Il caso di Messaggerie Libri

Claudio Fanzini, Presidente Messaggerie Libri

**Pensi di iscriverti a
questo corso?**

Forse potrebbe
interessarti anche
*Il budget economico e
finanziario della libreria*

2. IL BUDGET ECONOMICO E FINANZIARIO DELLA LIBRERIA

Alberto Galla

5 marzo 2018

Il corso si propone di insegnare a utilizzare il budget come strumento per individuare le leve gestionali da attivare e le aree di attività su cui intervenire al fine di migliorare i risultati economici della gestione. Questo anche alla luce dell'introduzione di nuove merceologie e di nuove tipologie commerciali e di servizio.

Docenti:

Carlo Marcon, Professore di Economia Aziendale, Università Ca' Foscari, Venezia

Mirco Dordolo, responsabile controllo di gestione, Gruppo Libraccio

9.30 - 13.00

La programmazione economica

- Rappresentazione e misurazione dell'equilibrio economico, patrimoniale e finanziario
- L'analisi strutturale del debito attraverso il conto economico
- L'analisi del punto di pareggio e l'impatto sulla marginalità del mix delle vendite

13.00 -14.00

Colazione

14.00 - 15.00

Le modalità di costruzione del budget economico

- La costruzione del budget economico di una nuova libreria
- La costruzione del budget economico di una libreria esistente

L'esposizione dei due casi terrà conto delle diverse criticità e problematiche legate all'apertura di una nuova libreria (e alle conseguenti decisioni iniziali) e di una libreria esistente (che presenta dei dati a consuntivo a cui in parte ancorarsi per formulare gli obiettivi di budget e di un piano di innovazione).

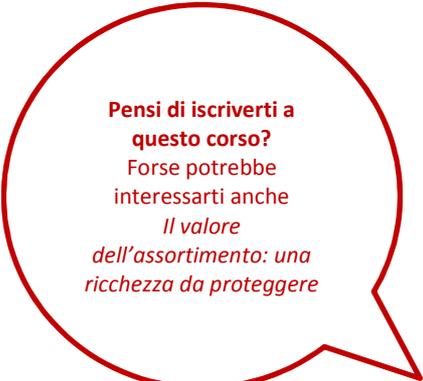
15.00 - 17.30

Esercitazione sul budget economico e presentazione dei lavori di gruppo

17.30 - 18.00

Come si rapporta il libraio al budget

Edoardo Scioscia, Presidente Gruppo Libraccio



Pensi di iscriverti a questo corso?
Forse potrebbe interessarti anche
Il valore dell'assortimento: una ricchezza da proteggere

3. IL VALORE DELL'ASSORTIMENTO: UNA RICCHEZZA DA PROTEGGERE

Romano Montroni

19 -20 marzo 2018

Formare l'assortimento rappresenta la progressione verso lo stato ottimale di una libreria (uno stato ottimale in continuo divenire, da comporre, integrare, manipolare per soddisfare e al tempo stesso ispirare la curiosità dei clienti). Ma l'assortimento è anche lo strumento attraverso cui la libreria si dà una identità.

L'obiettivo del corso è spiegare il modo migliore per riuscirci, indicando gli atteggiamenti operativi quotidiani più efficaci e portando le testimonianze di altri librai, di editori, scrittori, giornalisti; senza mai perdere di vista la necessità di raggiungere a mantenere una adeguata redditività.

Prima giornata:

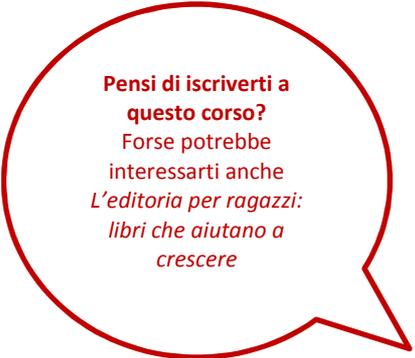
19 marzo 2018

9.30-10.00	Introduzione di Romano Montroni , Presidente del Centro per il Libro e la Lettura
10.00-11.00	<ul style="list-style-type: none">• Le persone oltre i libri• Saper imparare• La libreria del nuovo secolo• Investire in conoscenza• Il segreto è motivare: l'esperienza di James Daunt, Waterstones UK
11.00-11.15	Pausa caffè
11.15-13.00	<ul style="list-style-type: none">• La libreria come un'orchestra• Il talento• Il Merchandising
13.00-13.30	Riconoscere l'identità di una libreria Andrea Kerbaker , Direttore Tempo di Libri
13.30-14.30	Colazione
14.30-15.15	Sinergie: dal marketing editoriale al marketing di libreria Elena Pavanetto , Direttore Marketing Gruppo editoriale Mauri Spagnol
15.15-16.15	<ul style="list-style-type: none">• Attenzione all'assortimento (film, <i>La qualità</i>)• Attenzione al rifornimento: quali danni può provocare?
16.15-16.30	Pausa caffè
16.30-17.45	<ul style="list-style-type: none">• Cinque abilità cognitive• Lavorare in team (film, <i>Ogni maledetta domenica</i> – film, testimonianza di Julio Velasco)
17.45-18.00	Considerazioni finali – Romano Montroni

**Seconda giornata:
20 marzo 2018**

- 9.30-10.00 **Confronto tra librai ed editore: cosa un libraio NON deve fare**
Andrea Vigentini, Feltrinelli Editore
- 10.00-11.00
 - Come si valuta l'economicità del monte merci: l'analisi della rotazione
- 11.00-11.15 Pausa caffè
- 11.15-12.45
 - La produttività (film, *La motivazione*)
- 12.45-13.30 **Come un editore di qualità valuta l'assortimento di una libreria**
Isabella Ferretti, 66th and 2nd
- 13.30-14.30 Colazione
- 14.30-15.15 **Come gestire il capitale umano**
Sandro Catani, Mercer Italia
- 15.15-17.45 **La qualità come valore irrinunciabile**
Tavola rotonda – coordina **Romano Montroni**

Vittorio Bo, Codice edizioni
Fabrizio Cocco, Longanesi
Mattia De Bernardi, UTET
Patrizia Ricci, Libreria IBS + Libraccio, Ferrara
- 17.45-18.15 **Il progetto editoriale della saggistica di Mondadori**
Francesco Anzelmo, Mondadori



**Pensi di iscriverti a
questo corso?**
Forse potrebbe
interessarti anche
*L'editoria per ragazzi:
libri che aiutano a
crescere*

4. L'EDITORIA PER RAGAZZI: LIBRI CHE AIUTANO A CRESCERE

Romano Montroni

26 marzo 2018

Nonostante la crisi generale del libro, l'editoria per ragazzi continua a essere in espansione. Obiettivo del corso è rendere consapevoli i librai del grande valore culturale e sociale di questo segmento di mercato, proponendo ipotesi di operatività quotidiana e mettendo in evidenza la produttività e la redditività che ne conseguono.

Si metteranno a confronto due esperienze: da un lato, alcuni editor di importanti sigle editoriali offriranno uno sguardo sulla loro produzione; dall'altro, alcuni librai porteranno la loro esperienza, evidenziando le iniziative di animazione culturale, gli incontri e i laboratori che organizzano per dare identità alla propria libreria.

- 9.30-10.00 Introduzione di **Ricardo Franco Levi**, Presidente AIE – Associazione Italiana Editori
- 10.00-10.30 ***I dati del mercato dell'editoria per ragazzi in Italia***
A cura dell'Ufficio studi AIE – Associazione Italiana Editori
- 10.30-11.15 ***La gestione attiva di un settore ragazzi in una libreria di varia***
Francesca Gironi, libreria.coop Zanichelli, Bologna
- 11.15-11.30 Pausa caffè
- 11.30-13.30 ***Modi di essere indipendente in un mercato che cambia***
Testimonianze di:
Arianna Di Pietro e **Antonella Nicoli** Libreria Il Mosaico, Imola
Maria Romana Tetamo, **Alessia Ciriminna** e **Raffaella Quattrocchi**, Libreria Dudi, Palermo
- 13.30-14.30 Colazione
- 14.30-16.00 ***Nuove prospettive dell'editoria per ragazzi***
Tavola Rotonda – coordina **Romano Montroni**
Renata Gorgani, Il Castoro
Silvia Borando, Minibombo
Francesca Archinto, Babalibri
Monica Martinelli, Settenove
- 16.00-16.30 ***Il progetto editoriale di Valentina Edizioni***
Valentina Brioschi, Valentina Edizioni
- 16.30 **Romano Montroni** Considerazioni finali



Pensi di iscriverti a questo corso?
Forse potrebbe interessarti anche *Visual Merchandising e integrazione dell'assortimento con il non-book*

5. VISUAL MERCHANDISING E INTEGRAZIONE DELL'ASSORTIMENTO CON IL NO-BOOK

Luca Domeniconi

9 aprile 2018

Come può una libreria fisica differenziarsi rispetto a uno store online? Certamente attraverso l'attenzione all'assortimento e al servizio personalizzato al cliente, ma anche attraverso l'utilizzo degli strumenti del merchandising, inteso come marketing del punto vendita, come insieme di azioni volte a caratterizzare e rendere più attraente la libreria agli occhi del consumatore (Visual Merchandising). Occorre dunque prestare attenzione alla cura della vetrina, soprattutto in funzione del legame di continuità di quest'ultima con la disposizione dell'assortimento all'interno della libreria.

Una parte del corso si focalizzerà anche sull'inserimento del no-book, genere merceologico che rende ancora più importante, all'interno delle librerie, la creazione di competenze specifiche per la sua gestione. Ogni libreria deve infatti prestare attenzione ai cambiamenti dei gusti e delle sensibilità dei propri clienti e dunque prevedere l'offerta di prodotti differenti dal libro, caratterizzati da qualità, ampiezza e profondità di gamma.

9.30-10.00	Introduzione Luca Domeniconi , direttore commerciale IBS.it
10.00-11.45	<i>Visual Merchandising e shopping esperienziale</i> Cristina Ravazzi , consulente, docente e autrice
11.45-12.00	Pausa caffè
12.00-13.30	<i>La progettazione di una libreria orientata alla vendita e all'offerta</i> Andrea Bonessa , architetto
13.30-14.30	Colazione
14.30-15.30	<i>Il Visual Merchandising visto dal promotore e dal libraio</i> Graziella Cerutti , Prolibro e Emanuele Cappello , Librerie Libraccio
15.30-16.00	<i>La gestione e la redditività del no-book in libreria</i> Luca Domeniconi , IBS.it
16.00-16.30	<i>L'offerta e l'assortimento del giocattolo</i> Paolo Taverna , Direttore generale Assogiocattoli
16.30-17.00	<i>L'offerta e l'assortimento della cartoleria</i> Cristina Lamperti , Direttore Marketing Moleskine e Giovanni Papini , Key Account Moleskine
17.00-17.30	<i>Gestire il no-book in libreria</i> Testimonianze di librai
17.30-18.00	<i>Il progetto grafico di Feltrinelli</i> Cristiano Guerri , Feltrinelli



Pensi di iscriverti a questo corso?
Forse potrebbe interessarti anche
Il distributore partner della libreria

6. IL DISTRIBUTORE PARTNER DELLA LIBRERIA

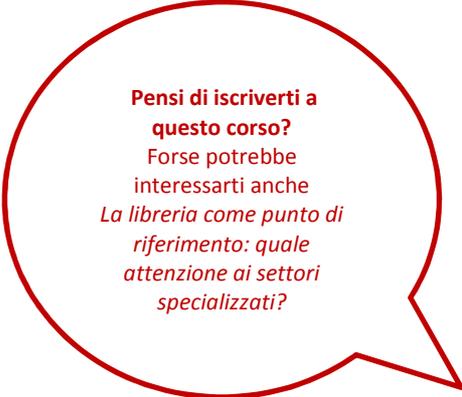
Angela Di Biaso

16 aprile 2018

Nel rapporto tra libraio e fornitore, la distribuzione è il lato vicino al più libraio, è il servizio centrale per un efficace svolgimento dei flussi, è il cuore del mercato e ne permette lo sviluppo. Chi si occupa di distribuzione ama i libri, li sa maneggiare, ne riconosce il valore e la qualità. Conoscere la distribuzione, capire come funziona la logistica, vedere come vengono lavorate le rese, assistere alla lavorazione di un lancio, comprendere quanta complessità ci sia dietro la preparazione di un collo di rifornimento significa avere gli strumenti per interagire al meglio con i fornitori, capire come affrontare le problematiche sulle consegne e sulle rese. Oltre alla tecnologia, avanzata e industrializzata, c'è la cura, l'attenzione al dettaglio, l'innovazione continua. La distribuzione non si conclude con la consegna in libreria, ma si conclude con successo quando un libro viene comprato e pagato, con meno successo quando un libro viene reso ma comunque puntualmente accreditato.

In questa giornata visiteremo l'impianto della Città del Libro e ascolteremo le testimonianze di attori con ruoli e punti di vista differenti, ma senz'altro accomunati dallo spirito di servizio verso il libraio e appassionati di distribuzione nel senso più ampio del termine.

9.00	Incontro con gli allievi in Stazione Centrale Partenza per il centro distributivo CEVA (Stradella, PV)
10.30-10.45	Introduzione Angela Di Biaso , Direttore commerciale Messaggerie Libri
10.45-11.45	Visita al centro distributivo La Città del Libro, Stradella Con Pino Omodei Salé , Messaggerie Libri e Riccardo Rodriguez , Rizzoli Libri
12.00-13.30	La distribuzione del libro Angela Di Biaso ; con la testimonianza di Filippo Guglielmo , Direttore commerciale Gruppo Mondadori
13.30-14.30	Colazione
14.30-15.30	Il punto di vista dell'editore e della promozione: alcune testimonianze
15.30-16.00	Essere editore – un incontro per conoscere da vicino la realtà di alcune prestigiose case editrici
16.00	Partenza per Milano Arrivo in Stazione Centrale previsto per le 17.30



Pensi di iscriverti a questo corso?
Forse potrebbe interessarti anche *La libreria come punto di riferimento: quale attenzione ai settori specializzati?*

7. LA LIBRERIA COME PUNTO DI RIFERIMENTO: QUALE ATTENZIONE AI SETTORI SPECIALIZZATI?

Romano Montroni, Luca Domeniconi

7 maggio 2018

Una libreria (anche generalista) può e deve prevedere specifici settori di specializzazione, che devono essere caratterizzati da ampiezza e profondità di gamma (marchi editoriali, titoli, fasce di prezzo), servizi (incontri e presentazioni) e competenza di chi gestisce il reparto. Questi settori costituiscono infatti un importante elemento di differenziazione, rispetto alla concorrenza, e di proposta da parte della libreria stessa.

Ma quali potrebbero essere i settori a cui prestare maggiore attenzione e cura negli anni a venire? Sono quelli legati alle trasformazioni di gusti e interessi di un pubblico in continua evoluzione. Per questo sono necessari studio e osservazione costanti, che all'interno del corso si concretizzano attraverso le testimonianze di chi produce – gli editori – e di chi vende – i librai. I primi illustreranno i criteri che li hanno spinti verso determinate scelte produttive; i secondi ci parleranno della gestione pratica dei diversi settori, e di come una gestione accorta possa rendere produttiva la libreria.

- 9.30-10.30 ***Perché alcuni settori vanno meglio di altri?*** a cura dell'ufficio studi AIE – Associazione Italiana Editori, Milano
- 10.30-11.45 ***Il valore dei classici***
Nella storia di ogni paese esistono dei testi che sono ritenuti essenziali: l'editore deve avere cura di mantenere la preziosità dei grandi classici della letteratura, mentre il libraio deve favorire la loro diffusione. Quali gli strumenti a disposizione?
Alberto Rollo, Mondadori
Beatrice Balduzzo, Libreria Tarantola, Sesto San Giovanni
- 11.45-12.00 Pausa caffè
- 12.00-13.00 ***Attualità***
All'interno del mercato editoriale si è aperto ormai da tempo un nuovo spazio dedicato a libri di inchiesta e di informazione. Come gestire in libreria questo settore, che sta conquistando un pubblico sempre più ampio?
Lorenzo Fazio, Chiarelettere
Massimiliano Dangelo, Libreria Rizzoli in Galleria, Milano
- 13.00-14.00 Colazione
- 14.00-15.00 ***Alimentazione e cucina***
Il nostro è il secolo della cucina e dell'alimentazione. Ma come districarsi tra tendenze e gusti alimentari? Come leggere e tradurre in assortimenti e servizi le tante voci che ci arrivano da tv e riviste, ricettari e mode, chef e diete? Come esporre e presentare una produzione sempre più in crescita?
Giulia Malerba, Food Editore
Amanda Colombo, Galleria del Libro, Legnano

- 15.00-16.00 **Religione**
Negli ultimi anni il settore ha visto crescere l'interesse da parte del pubblico: di religiosi, ma anche di un pubblico laico e più generico. Come esporre e organizzare però il proprio assortimento, come scegliere autori, editori e titoli? Esiste un non-book innovativo in questo settore?
Roberto Alessandrini, Edizioni Dehoniane, Bologna
Enzo Pagani, Libreria Glossa, Milano
- 16.00-17.00 **Cultura del Benessere**
Negli anni si è manifestata sempre di più la tendenza ad abbandonare uno stile di vita frenetico e a riappropriarsi di spazi e ritmi propri. Il panorama editoriale offre una scelta ampia di testi dedicati al benessere e alla cura di sé e il libraio deve sapersi destreggiare al meglio nella scelta di tale assortimento.
Marcella Meciani, Vallardi
Vanessa Sacchetto, Libreria Hoepli, Milano
- 17.00-17.30 Considerazioni finali di Romano Montroni
- 17.30-18.00 **Il progetto editoriale di Astoria Edizioni**
Monica Randi, Astoria Edizioni



Pensi di iscriverti a questo corso?
Forse potrebbe interessarti anche *I clienti soddisfatti sono i clienti migliori: riflessioni sul servizio.*

8. I CLIENTI SODDISFATTI SONO I CLIENTI MIGLIORI: RIFLESSIONI SUL SERVIZIO

Romano Montroni

14 maggio 2018

La libreria, intesa come luogo di incontri e relazioni, possiede una dimensione umana irrinunciabile. Nell'attuale congiuntura economica, i comportamenti dei clienti-lettori, una delle principali risorse della libreria, possono cambiare. Per fidelizzarli e attrarne di nuovi, la qualità e l'organizzazione del servizio sono quasi sempre decisivi.

L'obiettivo del corso è spiegare come sviluppare un insieme di strategie e strumenti volti a preservare il cliente-lettore, oggi sempre più "infedele" e tentato dalla crescita della concorrenza tra formule diverse di librerie. Il corso, partendo da un esame dei comportamenti di scelta del punto vendita e dei comportamenti d'acquisto al suo interno, induce a riflettere sul rapporto costi-benefici di un servizio di qualità. Al tempo stesso, propone diversi casi di eccellenza nel servizio e offre una serie di strumenti da usare nell'operatività quotidiana.

9.30-10.00 Introduzione di **Romano Montroni**, Presidente del Centro per il Libro e la Lettura
Il servizio al cliente (film *Ogni maledetta domenica*)

10.00-10.30 ***L'attenzione al servizio in libreria***
Barbara Sghiavetta, Librerie.coop Zanichelli, Bologna

10.30-11.00 ***La percezione del servizio***
Elena Pasoli, Direttrice Children's Bookfair, Bologna

11.00-11.15 Pausa caffè

11.15-11.45 ***Come uno scrittore vede l'anima di una libreria***
Paolo Di Paolo, scrittore

11.45-12.45 ***Le emozioni nel servizio***
Mario Vittorangeli, psicoanalista

12.45-13.30 ***Il valore del gioco di squadra***
Daniele Tarozzi, Personal & Sport Coach

13.30-14.30 Colazione

14.30-15.30 ***La libreria che vorrei***
Mariagrazia Mazzitelli, Salani

15.30-16.30 ***Un'opinione sul servizio al cliente***
Anna Maria Tagliavini, Biblioteca delle Donne, Bologna

16.30-16.45 Pausa caffè

16.45-17.30 • Psicologia del cliente
• Quanto costa perdere un cliente

17.30-18.00 ***Il progetto editoriale di Longanesi***
Giuseppe Strazzeri, Longanesi



Pensi di iscriverti a questo corso? Forse potrebbe interessarti anche *I Social Network salveranno le librerie?*

9. I SOCIAL NETWORK SALVERANNO LE LIBRERIE?

Luca Domeniconi – in collaborazione con le librerie Ubik

21 maggio 2018

Per una libreria, e in particolare per una libreria indipendente, oggi è imprescindibile essere presente sui Social Network. Per presidiare efficacemente questo spazio – che è uno spazio aperto, ma soggetto a regole ben precise – è necessario conoscerne a fondo le prerogative tecniche e lo specifico linguaggio: una pagina Facebook aggiornata, un account Twitter reattivo, un feedback Instagram ricco e vivace possono rapidamente evolvere in altrettanti canali, importantissimi per definire posizionamento e identità della propria libreria, oltre a rappresentare un volano di straordinaria efficacia per aggregare e coinvolgere comunità di potenziali clienti.

9.30-10.00	Introduzione Luca Domeniconi , IBS.it
10.00-11.45	<i>L'importanza del Social Media Marketing</i> Luca Conti , docente in Social Media Marketing, autore e formatore
11.45-12.00	Pausa caffè
12.00-13.30	<i>La gestione di Facebook: linee guida e advertising</i> Isabella Raggi , Ubik e Matteo Baldi , IBS.it
13.30-14.30	Colazione
14.30-16.00	<i>Facebook e altri canali Social</i> Isabella Raggi , Ubik e Matteo Baldi , IBS.it
15.30-16.30	<i>La Newsletter: strumento per informare, fidelizzare e vendere</i> Alessio Gaburri , IBS.it e Elizabeth Cappa, Fastbook
16.30-17.30	<i>Le testimonianze dei librai</i> Cristina Di Canio , La scatola lilla, Milano e Giulio Saltarelli , Libreria all'Arco, Reggio Emilia
17.30-18.00	<i>Il progetto editoriale di Hoepli</i> Barbara Hoepli, Hoepli