

Содержание

Предисловие	13
Благодарность авторов	16
Введение	18
Часть I. Интернет-маркетинг	23
Глава 1. Шоппинг изменился... А ваш маркетинг?	25
Кто увел моих клиентов?	28
Интернет-маркетинг на практике: кандидат в президенты Барак Обама	29
Задания	31
Глава 2. Ваш веб-сайт должен стать маркетинговым узлом	33
“Мегафон” или “узел”?	33
Важно не то, что говорите вы, а то, что говорят о вас	34
Ваш сайт живет и развивается?	35
Маме понравилось, но...	36
Отслеживайте прогресс	38
Интернет-маркетинг на практике: компания 37Signals	39
Задания	40

Глава 3. Вы достойны внимания?	41
Создание замечательной стратегии	41
Отслеживайте прогресс	43
Интернет-маркетинг на практике: рок-группа The Grateful Dead	43
Задания	45
Часть II. Помогите клиентам найти вас	47
Глава 4. Создавайте замечательный контент	49
Создайте фабрику контента	49
Разнообразие — ключ к успеху	50
Чем больше вы даете, тем больше получаете	51
Толщина кошелька больше не ограничивает вас	51
Отслеживайте прогресс	52
Интернет-маркетинг на практике: Википедия	53
Задания	54
Глава 5. Продвижение в блогосфере	55
Начните свой блог правильно	56
Создавайте эффективный контент	56
Заставьте Google работать на вас	59
Сделайте свои статьи незабываемыми	60
Дайте своим статьям стартовый толчок	62
Поощряйте комментарии	63
Почему блоги не всегда успешны	64
Дары, которые не кончаются	64
Распространение контента с помощью RSS	65
Подпишитесь на важные для вас отраслевые блоги	66

Принимайте активное участие в обсуждении статей	66
Отслеживайте прогресс	68
Интернет-маркетинг на практике: Whole Foods	70
Задания	73
Глава 6. Продвижение в Google	75
Платные услуги или бесплатные	76
Краткое введение в принципы работы Google	79
Выбор идеальных ключевых слов	82
Внутренние факторы оптимизации поиска: для начала задачи попроще	86
Внешние факторы оптимизации поиска: сила внешних ссылок	93
“Черная” оптимизация поиска: что нужно сделать, чтобы Google забанил ваш сайт	97
Подводные камни оплачиваемого поиска	100
Отслеживайте прогресс	102
Интернет-маркетинг на практике: DIY Shutters	103
Задания	104
Глава 7. Продвижение с помощью социальных сетей	105
Создание эффективного профиля	106
Привлекайте фанатов на Facebook	109
Устанавливайте связи на LinkedIn	114
Ищите последователей на Twitter	123
Увеличивайте трафик с помощью Digg	128
Используйте сайта StumbleUpon	133
Продвижение на YouTube	136

Отслеживайте прогресс	139
Интернет-маркетинг на практике: FreshBooks	140
Задания	143
Часть III. Превращение посетителей в клиентов	147
Глава 8. Превратите посетителей в потенциальных клиентов	149
Убедительный призыв к действию	150
Типичные ошибки	154
Оптимизация через эксперимент	154
Отслеживайте прогресс	155
Вовлекающий маркетинг на практике: Google	155
Задания	156
Глава 9. Преобразование посетителей в потенциальных клиентов	157
Какой должна быть целевая страница	158
Создание функциональных форм	162
Дополнительная информация о посетителе	165
Преобразование или привлечение?	166
Отслеживайте прогресс	166
Интернет-маркетинг на практике: Zappos	167
Задания	168
Глава 10. Преобразование потенциальных клиентов в покупателей	171
Оценка потенциальных клиентов	171
Расширяйте охват целевой аудитории	178

Отслеживайте прогресс	179
Интернет-маркетинг на практике: Kiva	179
Задания	183
Часть IV. Принимайте оптимальные решения	185
Глава 11. Как принимать лучшие маркетинговые решения	187
Уровни и определения	188
Доход от кампании	190
Отслеживайте прогресс	191
Интернет-маркетинг на практике: Constant Contact	191
Задания	193
Глава 12. Выбор и оценка персонала	195
Нанимайте Интернет-граждан	196
Нанимайте аналитиков	197
Нанимайте людей, у которых есть свои сети	197
Нанимайте создателей контента	199
Помогайте своим маркетологам развиваться	200
Отслеживайте прогресс	201
Интернет-маркетинг на практике: Джек Уэлч и General Electric	203
Задания	204
Глава 13. Выбор и оценка эффективности PR-агентства	207
Выбор PR-агентства	208
Отслеживайте прогресс	210

Интернет-маркетинг на практике: Солис, Вебер, Дефрен и Ретцер	211
Задания	213
Глава 14. Следите за конкурентами	215
Средства слежения за конкурентами	215
Отслеживайте прогресс	217
Интернет-маркетинг на практике: TechTarget	219
Задания	222
Глава 15. О постоянстве, терпении и обучении	223
Отслеживайте прогресс	224
Вовлекающий маркетинг на практике: Том Брэди	225
Задания	226
Глава 16. Почему именно сейчас?	227
Приложение 1. Инструменты и полезные источники информации	231
InboundMarketing.com	231
Расширенный поиск в Google	232
Инструмент Google Alerts	234
Приложение 2. Полезные советы для начинающих	237
Предметный указатель	245