

# Предисловие

Мы живем во времена революции!

Мы живем во времена революции в сфере человеческого общения. Как удалось относительно малоизвестному молодому чернокожему сенатору со смешными ушами и еще более смешным именем выиграть президентские выборы в Соединенных Штатах Америки? Очень просто: он и его команда поняли суть этой революции и поставили возможности всемирной сети себе на службу, повысив эффективность общения с массами. Они привлекли десятки миллионов онлайн-последователей и собрали полмиллиарда долларов, большая часть которой поступила в виде небольших пожертвований через Интернет.

Мы живем во времена революционных преобразований того, как люди находят товары и выбирают компании для сотрудничества. Сегодня практически каждый человек начинает поиск любой информации с Интернета — будь то выбор лучшей детской коляски или же бухгалтерской фирмы для обслуживания корпораций. Мы начинаем с Google или другой поисковой системы, а затем создаем виртуальные сети друзей, родственников и коллег при помощи электронной почты, ICQ, чатов и инструментов наподобие Facebook и Twitter.

Мы живем во времена революционных преобразований того, когда внимание потребителей привлекают вовсе не компании с огромным бюджетом и яркой телерекламой. Мы выбираем компании с качественным контентом — например, *Zappos*, которая начинала с розничной торговли обувью и быстро выросла в многомиллионный бизнес. Очевидно, что влияние Интернета крайне важно для любого бизнеса. Интернет-маркетинг — передний край революции.

А революция приносит освобождение!

Мы уже освободились от зависимости маркетинговой эффективности от толщины кошельков. Сегодня каждый, у кого есть хорошая идея, может управлять публикой — и потребителями — с помощью Интернета. Ваши потенциальные клиенты ищут товары и услуги, подобные вашим, прямо сейчас, в эту самую минуту.

Нам больше не надо вмешиваться в повседневную жизнь людей, чтобы попытаться им что-то продать. Сегодня вместо того, чтобы привлекать к себе внимание дорогостоящими рекламными кампаниями, мы размещаем полезную и интересную информацию в сети, чтобы люди получили ее именно тогда, когда она им требуется. Люди сами приходят к нашей виртуальной двери. Это же мечта, ставшая явью!

Мы избавлены от тирании популярных СМИ, без которых раньше не могли донести свою информацию до потребителей. Теперь мы можем рассказывать им свою историю напрямую. И приятнее всего то, что если вы хорошо расскажете историю, к вам придут люди, желающие сотрудничать с вами.

Интернет-маркетинг как раз и позволяет вам легко попасть в поле зрения вашей аудитории с помощью поисковых систем и сайтов наподобие Facebook, YouTube и Twitter, на которых сотни миллионов людей ежедневно ищут ответы на свои вопросы.

Наконец, еще одна новость: маркетинг теперь — это весело! Вспомните, когда в последний раз вас радовало приобретение еще одного списка потенциальных клиентов, которым вы собирались навязывать свою рекламу? Никогда, верно? Интернет-маркетинг — это увлекательное занятие, и к тому он обеспечивает более достойное вознаграждение.

Но, как это случается при любой революции, привычные правила меняются. Если вы, как и я, изучали традиционный маркетинг, построенный на “четырех P”, то забудьте все, чему вас учили раньше. Если у вас степень MBA или вы проходили тренинги на работе, вам тоже придется расстаться со старыми знаниями. Вам нуж-

но забыть всё, что так эффективно работало в прошлом, в мире без Интернета — до революции. Взамен вам придется освоить некоторые новые навыки.

По счастью, у нас есть Брайан и Дхармеш, которые укажут верный путь. Эти ребята — настоящие пророки маркетинга, и они помогли миллионам людей получить известность в Интернете. Это действительно так. Благодаря невероятно популярным инструментам и передовым идеям Брайана и Дхармеша (например, программе HubSpot Website Grader) миллионы людей сегодня успешно продвигают свои сайты во всемирной сети. И теперь эти авторы объединили годы своего опыта в одной книге.

На этих страницах вы найдете маркетинговую стратегию и мудрость. Но, что еще более важно, вы получите сотни практических и доступных идей, инструментов и методик, которые можно сразу же применить на деле. Авторы *Интернет-маркетинга* — эксперты, знающие толк в реалиях успешного маркетинга, а не теоретики, толкующие о новейших концепциях.

Огромное преимущество Интернет-маркетинга в том, что он доступен каждому. В том числе и вам. *Особенно* вам. Для этого не нужно иметь кучу денег, нужно только вложить свое время и креативность.

Так чего же вы ждете?

Читайте и подключайтесь к революции, обретайте свободу, получайте удовольствие, и пусть ваши клиенты сами находят вас!

Дэвид Мирман Скотт,  
Автор бестселлера *The New Rules of Marketing & PR*,

[www.WebInkNow.com](http://www.WebInkNow.com)  
[twitter.com/dmscott](https://twitter.com/dmscott)

# Благодарность авторов

Мы хотим поблагодарить многих людей за их помощь в создании этой книги.

Спасибо Дэвиду Мирману Скотту, который первым натолкнул нас на идею создания этой книги и поддерживал нас в процессе работы.

Спасибо сотрудникам издательства *Wiley* за поддержку и помощь в этом нелегком труде. И спасибо Дайанне Хафф из корпорации *DH Communications* за помощь с окончательной редакцией.

Спасибо всем замечательным людям в компании *HubSpot*, с которыми мы имеем удовольствие общаться каждый день.

Спасибо всем тем, кто вдохновлял нас и помогал нам:

Дэвид Мирман Скотт ([webinknow.com](http://webinknow.com))

Сет Годин ([sethgodin.typepad.com](http://sethgodin.typepad.com))

Пол Гиллин ([paulgilllin.com](http://paulgilllin.com))

Крис Броган ([chrisbrogan.com](http://chrisbrogan.com))

Гейл Гудман ([constantcontact.com](http://constantcontact.com))

Кристен Верстад ([LucidLeap.com](http://LucidLeap.com))

Джек Уэлч ([welchway.com](http://welchway.com))

Рэй Оззи ([www.microsoft.com](http://www.microsoft.com))

Том Фридман ([thomasfriedman.com](http://thomasfriedman.com))

Гай Кавасаки ([blog.guykawasaki.com](http://blog.guykawasaki.com))

В. Чан Ким, Рене Моборн ([blueoceanstrategy.com](http://blueoceanstrategy.com))

Ларри Вебер ([w2groupinc.com](http://w2groupinc.com))

Джим Кэш ([www.generalcatalyst.com](http://www.generalcatalyst.com))

Грег Стракош (TechTarget.com)  
Стив Джобс (www.apple.com)  
Рэнд Фишкин (SEOMoz.org)  
Джейсон Фрид (37signals.com)  
Брайан Солис (briansolis.com)  
Пол Ретцер (www.pr2020.com)  
Тодд Дефрен (pr-squared.com)  
Джеффри Мур (geoffmoore.blogs.com)  
Тим О'Рейли (oreilly.com)  
Джон Бэттелл (battellmedia.com)  
Шарлин Ли (blog.altimetergroup.com)  
Джош Бернофф (blogs.forrester.com/groundswell)  
Клейтон Кристенсен (www.hbs.edu)  
Джо Ласситер (www.hbs.edu)  
Томас Стинберг (www.hbs.edu)  
Эндрю Мак-Эфи (www.mit.edu)  
Арнольдо Хакс (www.mit.edu)  
Дункан Симестер (www.mit.edu)  
Эд Робертс (www.mit.edu)  
Майкл Кусумано (www.mit.edu)  
Брайан Кларк (CopyBlogger.com)  
Джон Янтш (DuctTapeMarketing.com)  
Авинаш Кошик (Kaushik.net)  
Стив Круг (sensible.com)  
Даррен Роуз (ProBlogger.net)  
Стив Рабель (MicroPersuasion.com)  
Аарон Уолл (SEOBook.com)  
Энди Бил (MarketingPilgrim.com)