

Введение

Поздравляем! Купив эту книгу, вы сделали большой шаг к генерации для вашей компании — с помощью цифрового маркетинга — вовлечения, лидов и продаж.

Книга полна стратегических советов и ценнейшей информации для каждого, кто начинает новый бизнес или надеется вывести свой существующий бизнес в Интернет. Если же вы просто хотите отточить свои уже имеющиеся навыки цифрового маркетинга или освоить самые современные тактики и ресурсы, то эта книга и для вас тоже.

Ландшафт онлайн-маркетинга меняется быстро, с этим не поспоришь. Каждый месяц появляются, набирают популярность (и уходят в небытие) новые инструменты и приложения. В блогах какую-нибудь маркетинговую тактику объявляют хитом сезона, но уже через неделю о ней все забывают. Так каким же образом книге о цифровом маркетинге избежать морального устаревания еще до того, как высохнет типографская краска? Секрет прост. Сегодня в цифровом маркетинге важна не столько “цифровая” составляющая, сколько “маркетинг”.

Безусловно, Интернет бесповоротно изменил все отрасли, от розничной торговли одеждой до услуг такси. Но со временем возникли фундаментальные дисциплины как ключевые элементы маркетинга любой организации в цифровом мире. Как будет показано в этой книге, такие вневременные основы цифрового маркетинга остаются актуальными для всех инструментов, тактических приемов и приложений.

Об этой книге

Нет ничего магического или слишком сложного в правильном цифровом маркетинге, да и быть продвинутым “технарём”, чтобы преуспеть в этой деятельности, тоже не требуется. Если вы предлагаете товар или услугу, нужные рынку, то имейте в виду, что в этой книге вы найдете все необходимые методы для успеха онлайн.

В *Цифровом маркетинге для чайников* вы не встретите восторженных описаний последних “модных” тактических приемов маркетинга, цифровых или любых иных. Но зато вы изучите фундаментальные дисциплины, такие как контентный маркетинг, маркетинг через социальные сети и маркетинг по электронной почте (email-маркетинг), причем всегда в контексте целей, к которым стремятся компании. А эти цели включают получение новых лидов и потребителей, монетизацию уже имеющихся лидов и потребителей, а также создание сообществ защитников и промоутеров (пропагандистов) бренда.

Чтобы вам было легче усвоить перечисленные понятия, в этой книге приняты следующие договоренности.

- » Текст, который вы должны использовать именно в том виде, в каком он приведен в книге, выделен **полужирным шрифтом**.
- » Если мы приводим пример какого-нибудь высказывания, то курсивом выделяем тот фрагмент, который вы должны заменить своей информацией (например, *названием вашей компании*).
- » Курсивом также выделены термины.
- » Веб-адреса набраны моноширинным шрифтом, вот так: `http://www.dummies.com`.

Кто вы, наш читатель

При написании этой книги мы сделали несколько предположений относительно вас, наш читатель.

- » **У вас превосходный товар.** Помните, что даже блестящий продавец не сможет долго продавать плохой товар или услугу. Это предупреждение особенно справедливо на цифровых рынках, где отзывы покупателей разносятся по всему миру в мгновение ока.
- » **Вы не слишком разбираетесь в технических вопросах.** Цифровой маркетинг может быть настолько техническим, насколько вы сами пожелаете. Если вы хотите изучить, как работает веб-сервер или как писать код PHP, — пожалуйста. Однако для успеха на ниве маркетинга вам нужно разбираться в маркетинге, а не в программном коде. Так что смело переключайте техническую сторону своей деятельности на того, кто понимает код, а не маркетинг.
- » **Вы готовы применять и адаптировать изученный материал.** Для получения результатов вы должны использовать приобретенные знания. В отличие от маркетинга в печатных СМИ, через телевидение

и радио, в цифровом маркетинге переход от идеи к реализации возможен в считанные минуты. И поскольку ваши маркетинговые кампании живут в цифровом формате, вы можете практически все менять буквально “на ходу”.

Пиктограммы, используемые в этой книге

Не была бы эта книга *книгой для чайников* без уже знакомых пиктограмм на полях страниц. Внимательно следите за этими “дорожными знаками”, поскольку они предупреждают о важной информации.



СОВЕТ

Пиктограммой “Совет” помечены советы (“Спасибо, капитан Очевидность!”) и приемы, которые быстро выведут вас на путь успеха в цифровом маркетинге.



ЗАПОМНИ!

А эта пиктограмма указывает на фундаментальные понятия цифрового маркетинга. Если вы хотите быстро узнать основы, то просматривайте каждую главу в поиске этих пиктограмм.



ВНИМАНИЕ!

Избегайте этих ошибок цифрового маркетинга, если хотите оставаться на пути к успеху.

Что не вошло в книгу

Мы написали массу материалов, которые не вошли в эту книгу. Зато на сайте www.digitalmarketer.com/dmfd вы найдете следующее.

» Анкета “Аватар потребителя”

Скачайте и заполните эту анкету, чтобы определить, кто ваши идеальные потребители, где они находятся и что могут купить. Используйте все, что вы узнаете о своем идеальном потребителе, для улучшения всех составляющих вашего бизнеса, от контентного и поискового маркетинга до цифровой рекламы и промокампаний по электронной почте. Аватар потребителя — это, подобно швейцарскому армейскому ножу, универсальный набор маркетинговых инструментов.

» **Анкета “Путь потребителя”**

Скачайте и заполните анкету “Путь потребителя”, чтобы понять, как ваши потребители перейдут от полной неосведомленности о вашем бизнесе к статусу страстного промоутера вашего бренда, ваших товаров и услуг.

» **Шпаргалка**

Шпаргалка содержит в сжатом и наглядном виде дополнительные подсказки о разработке и реализации успешных цифровых маркетинговых кампаний. Шпаргалка находится в конце книги.

Куда двигаться дальше

Все книги серии *для чайников* построены таким образом, что вам не нужно начинать с первой главы и читать все подряд от корки до корки. Каждая часть данной книги не зависит от остальных, поэтому держите книгу под рукой и чаще сверяйтесь с ней при проведении ваших цифровых маркетинговых кампаний для уточнения отдельных вопросов. Но, несмотря на сказанное, все же будет лучше, если у вас найдется время прочесть книгу от корки до корки.

Если ваши усилия в цифровом маркетинге не приносят результатов или же вы пока что новичок в этой области, то с помощью части 1 проверьте, положительно ли влияет на цели вашего бизнеса используемая вами маркетинговая тактика. В части 2 мы исследуем контентный маркетинг — фундаментальную дисциплину, от которой зависит любая из реализуемых вами цифровых маркетинговых кампаний. Если же вы стремитесь увеличить трафик на своем веб-сайте, то открывайте часть 3, в которой вы найдете ценную информацию о таких видах маркетинга, как поисковый, в социальных сетях, по электронной почте, а также о цифровой рекламе. В части 4 вы научитесь измерять показатели и оптимизировать свои цифровые маркетинговые кампании. В части 5 мы покажем, как избежать десяти самых распространенных ошибок цифрового маркетинга, чтобы ничто не сбilo вас с пути к успеху. Вы также узнаете о самых актуальных навыках цифрового маркетинга и об инструментах, необходимых для реализации цифровых маркетинговых кампаний.

Если у вас возникла какая-то конкретная проблема, то просмотрите “Содержание” и “Предметный указатель”, в которых вы найдете нужный для ее решения раздел.

Желаем успехов в цифровом маркетинге!