

Wprowadzenie 7

Rozdział 1

Marketing tradycyjny a nowy – Aneta Sokół 9

- 1.1. Definicja marketingu 9
- 1.2. Rodzaje marketingu 15
- 1.3. Koncepcja marketingu 1.0 do 3.0 – procesy zmian 21
- 1.4. Pojęcie i istota e-marketingu 28
- 1.5. Narzędzia e-marketingu 31

Rozdział 2

Strona WWW – Barbara Cendrowska, Pola Żylińska 33

- 2.1. Na co zwrócić uwagę? 33
- 2.2. Wybór nazwy domeny 36
- 2.3. Projekt strony 38
- 2.4. Nawigacja 40
 - 2.4.1. Menu poziome 41
 - 2.4.2. Rozwinięcie menu poziomego 42
 - 2.4.3. Menu pionowe boczne 42
 - 2.4.4. Odesłania z treści 43
 - 2.4.5. Chmura tagów 45
 - 2.4.6. Menu narzędziowe 46
 - 2.4.7. Strona główna 47
- 2.5. Architektura informacji 49
 - 2.5.1. Strona główna 50
 - 2.5.2. Informacje o przedsiębiorstwie 51
 - 2.5.3. Sklep 53
 - 2.5.4. Forum dyskusyjne i blog przedsiębiorstwa 59
 - 2.5.5. Artykuły 60
 - 2.5.6. Kontakt 61
 - 2.5.7. FAQ 62
 - 2.5.8. Newsletter 63
 - 2.5.9. Wyszukiwarka 63
 - 2.5.10. Widżety 63
 - 2.5.11. Strona błędu 66
- 2.6. Strona responsywna czy mobilna? 67
 - 2.6.1. Strona mobilna 68
 - 2.6.2. Strona responsywna 69

Rozdział 3

Wyszukiwarka jako składnik działań marketingowych – Barbara Cendrowska, Pola Żylińska 71

- 3.1. Wyszukiwanie dokumentów w sieci. Informacje ogólne 72
- 3.2. Atrakcyjność wyników organicznych 74
- 3.3. Budowa wyszukiwarki 76
 - 3.3.1. Robot indeksujący 76
 - 3.3.2. Indeksowanie 77
 - 3.3.3. Analizator zapytań 78
 - 3.3.4. Wyniki wyszukiwania stron (SERP) 78
- 3.4. PageRank 81
- 3.5. TrustRank 83
 - 3.5.1. TrustRank w praktyce 84
- 3.6. Google Hummingbird 86

Rozdział 4

Optimalizacja witryny internetowej pod kątem wyszukiwarek – Barbara Cendrowska, Pola Żylińska 89

4.1. Tytuł strony	89
4.2. Adres URL	92
4.3. Dobór słów kluczowych	93
4.3.1. Planowanie słów kluczowych w AdWords	94
4.3.2. Podglądaj konkurencję	101
4.3.3. Alexa jako serwis informacji o konkurencji	102
4.3.4. Google Trends	104
4.3.5. Rank Tracker	107
4.3.6. Wskaźnik efektywności słów kluczowych KEI	109
4.4. Odnośniki	112
4.4.1. Klasyfikacja linków pozycjonujących	113
4.4.2. Atrybuty odnośników	114
4.4.3. Sztuka zdobywania linków	116
4.4.4. Tworzenie wartościowych linków w praktyce	118

Rozdział 5

Marketing w serwisach społecznościowych – Barbara Cendrowska, Pola Żylińska 123

5.1. Social Media Marketingu	126
5.2. Facebook	128
5.3. Jak założyć fanpage?	134
5.4. Blog	138
5.4.1. Pomysł na treść bloga	140
5.4.2. Wybór platformy bloga	141
5.4.2.1. WordPress.com	142
5.4.2.2. Blogger.com	142
5.5. Google +	145
5.5.1. Od czego zacząć?	147
5.5.2. Kręgi odbiorców	149
5.5.3. Rozmowy wideo	152
5.5.4. Skype – konkurencja dla Hangouts	157

Spis rysunków 161

Spis tabel 164

Bibliografia 165