

# Spis treści

DAMIAN SĄŁKOWSKI

|                                                      |          |
|------------------------------------------------------|----------|
| <b>Rozdział 1. Reklama w wyszukiwarkach .....</b>    | <b>7</b> |
| Wyszukiwarka jako źródło reklamy .....               | 7        |
| Rynek wyszukiwarek w Polsce .....                    | 8        |
| Dlaczego reklama w wyszukiwarce jest skuteczna ..... | 9        |
| Formy reklamy w wyszukiwarce .....                   | 10       |
| Podsumowanie .....                                   | 12       |

DAMIAN SĄŁKOWSKI

|                                         |           |
|-----------------------------------------|-----------|
| <b>Rozdział 2. Google AdWords .....</b> | <b>13</b> |
| Czym jest Google AdWords .....          | 13        |
| Elementy programu AdWords .....         | 14        |
| Czy AdWords jest dla mnie? .....        | 21        |
| Wady i zalety AdWords .....             | 23        |
| Ile kosztuje AdWords? .....             | 24        |
| Jak zacząć z AdWords? .....             | 26        |
| Najczęstsze błędy .....                 | 26        |
| Podsumowanie .....                      | 29        |

DAMIAN SĄŁKOWSKI

|                               |           |
|-------------------------------|-----------|
| <b>Rozdział 3. SEO .....</b>  | <b>31</b> |
| Czym jest SEO? .....          | 31        |
| Podstawy SEO .....            | 33        |
| Czy SEO jest dla mnie? .....  | 36        |
| Wady i zalety SEO .....       | 38        |
| Ile kosztuje SEO? .....       | 40        |
| Jak zacząć SEO? .....         | 43        |
| Najczęstsze błędy w SEO ..... | 44        |
| Podsumowanie .....            | 45        |

ŁUKASZ KĘPIŃSKI

|                                                           |           |
|-----------------------------------------------------------|-----------|
| <b>Rozdział 4. Media społecznościowe .....</b>            | <b>47</b> |
| Czym są media społecznościowe .....                       | 47        |
| Nie bój się nieświeżych kurczaków! .....                  | 51        |
| Budować własną społeczność czy korzystać z gotowych ..... | 53        |

|                                                                   |            |
|-------------------------------------------------------------------|------------|
| Czemu Facebook jest najważniejszy? .....                          | 57         |
| O co tak naprawdę chodzi na Facebooku.....                        | 59         |
| EdgeRank.....                                                     | 61         |
| Koligacja .....                                                   | 62         |
| Waga.....                                                         | 63         |
| Odstęp czasu.....                                                 | 66         |
| Fan page to strona WWW .....                                      | 66         |
| Kiedy publikować .....                                            | 68         |
| Strategia social media.....                                       | 70         |
| Zakładamy fan page.....                                           | 71         |
| Jak promować posty .....                                          | 76         |
| Podsumowanie .....                                                | 85         |
| <b>MARCIN KORDOWSKI</b>                                           |            |
| <b>Rozdział 5. Content marketing .....</b>                        | <b>87</b>  |
| Wstęp .....                                                       | 87         |
| Big Picture i efekty uboczne.....                                 | 87         |
| Do kogo będziemy mówić i w jakim języku.....                      | 88         |
| Kanały dystrybucji.....                                           | 101        |
| Cele .....                                                        | 104        |
| Wybór persony .....                                               | 106        |
| Podsumowanie .....                                                | 111        |
| <b>KAMIL SZTUBECKI</b>                                            |            |
| <b>Rozdział 6. Katalogi firm .....</b>                            | <b>113</b> |
| Trochę historii .....                                             | 113        |
| Zrozumieć Yellow Pages .....                                      | 116        |
| Wady Yellow Pages .....                                           | 117        |
| Miejsce Yellow Pages we współczesnym marketingu .....             | 122        |
| Yellow Pages – kompleksowy dostawca usług<br>marketingowych ..... | 125        |
| Wybór oferty Yellow Pages.....                                    | 127        |
| Panorama Firm .....                                               | 133        |
| Polskie Książki Telefoniczne – Pkt.pl.....                        | 136        |
| Firmy.net .....                                                   | 138        |
| Porównanie ofert i wyników .....                                  | 140        |
| Podsumowanie .....                                                | 147        |
| <b>Słownik .....</b>                                              | <b>149</b> |