

SPIS TREŚCI

WSTĘP.....	7
Zapomnij o wszystkim, co dotychczas słyszałeś!.....	9
Czy nadajesz się na internetowego przedsiębiorcę?.....	10
Internet - narzędzie w Twoim biznesie.....	12
Tutaj odpowiedni produkt sam się sprzedaje.....	13
Elastyczny biznesplan.....	14
Dlaczego internetowy marketing jest tak skuteczny?.....	16
1. JAK ROZPOCZAĆ?.....	19
1.1 Jak uczynić swą witrynę atrakcyjną, interesującą i interaktywną.....	19
1.2 Nawigacja.....	23
Cele systemu nawigacji.....	24
Wskaźniki aktualnej pozycji.....	24
Nawigacyjne elementy kontrolne.....	27
1.3 Jak prawidłowo zaplanować swoją witrynę.....	29
1.3.1 Wartościowa zawartość.....	29
1.3.2 Łatwość dostępu do informacji.....	30
1.3.3 Szybkość dostępu do informacji.....	30
1.3.4 Prosto i przejrzyste skomponowane strony.....	31
1.3.5 Informacja dotycząca ściągania plików.....	32
1.3.6 Problemy z wygodą użytkownika witryny.....	33
1.4 Interaktywność i personalizacja.....	34
1.5 Grafika.....	35
1.6 Teksty reklamowe na witrynie.....	36
1.7 Wybór nazwy domeny.....	40
1.7.1 Wygasłe domeny mogą Ci zapewnić nieprawdopodobny ruch.....	43
1.8 Hosting.....	44
1.9 Testowanie poprawności działania witryny.....	46
1.9.1 Korzystanie z dostępnych statystyk dotyczących witryny.....	48
1.9.2 Monitorowanie sprzedaży.....	52
1.10 Zdobywanie i podtrzymywanie zaufania klientów.....	53
2. POMYSŁY NA INTERNETOWY BIZNES.....	57
2.1 Jakie biznesy odnoszą sukces w Internecie?.....	57
2.2 Co powinieneś sprzedawać - produkt czy usługę?.....	59
2.3 Znaczenie sprzedaży typu back-end.....	61
2.4 Cross-selling.....	64
3. SEKRETY ZDOBYWANIA RUCHU ZA POMOCĄ WYSZUKIWAREK.....	65
3.1 Jak działają wyszukiwarki?.....	67
3.2 Najważniejsze obecnie wyszukiwarki.....	70
3.3 Algorytmy pozycjonowania.....	74
Google.....	75
Yahoo.....	77
Inktomi (MSN Search, AOLSearch, Hotbot).....	78
AltaYista.....	79
3.4 Słowa kluczowe i optymalizacja witryny.....	80
Spytaj konkurentów.....	80

Sprawdź na witrynie typu "płać za kliknięcie".....	81
Użyj wyspecjalizowanego narzędzia	82
Meta-tag "title"	83
3.5 Teksty na witrynie a optymalizacja.....	84
3.6 Rejestrowanie witryny w wyszukiwarkach.....	85
3.7 Katalogi internetowe	86
3.7.1 Rejestracja w KATALOGACH	86
3.8 Serwisy typu "płać za kliknięcie"	87
3.8.1 Pokaż mi pieniądze!.....	89
3.8.2 Rejestracja witryny w serwisach typu "płać za kliknięcie"	90
3.8.3 Google AdWords i Premium Advertising.....	91
3.9 Link popularity i analiza linków.....	93
3.9.1 Linki wzajemne i witryny partnerskie	95
3.9.2 Wybór partnera do wymiany linków	97
3.9.3 Analiza linków przychodzących	98
3.10 Optymalizacja witryny ze względu na wyszukiwarki	99
3.11 Monitorowanie statystyk.....	101
3.12 Na koniec słowo na temat spamu	103
4. KUPOWANIE REKLAMY I UTRZYMYWANIE ISTNIEJĄCYCH KLIENTÓW....	105
4.1 Bannery	105
4.1.1 Mały sŁownik bannerologii	106
4.1.2 Ekonomia bannerów	108
4.2 Linki tekstowe	110
4.3 Serwisy ogłoszeń	111
4.4 Zdobywanie nowych klientów	112
4.5 Nieco o skutecznej reklamie	115
4.6 Zaawansowane monitorowanie skuteczności reklam	117
5. WZBOGAĆ SIĘ NA PROGRAMACH PARTNERSKICH	123
5.1 Jak zostać partnerem.....	123
5.2 Jak uruchomić własny program partnerski	127
5.3 Jak radzić sobie ze problemem spamu.....	128
5.4 Jak to robić i jak monitorować swoje wyniki	129
5.5 Ocena wyników	134
5.6 Jak przyciągać partnerów	135
5.6.1 Klasyfikacja partnerów i jaki z tego pożytek	136
5.6.2 Kilka łatwych do uniknięcia błędów.....	140
5.7 LinkShare - program partnerski, który może dać piękne zyski—	144
5.8 System zarządzania programem partnerskim z wbudowaną obsługą płatności - ClickBank	144
6. WULKAN ZYSKÓW Z POMOCĄ EMAIL-MARKETINGU.....	147
6.1 Jak zdobywać adresy email	148
6.2 Listy mailingowe typu double opt-in	149
6.3 Skoncentruj swe kampanie na zidentyfikowanych już potencjalnych klientach	153
6.4 Wynajęcie albo zakupienie listy	155
6.5 Wyskakujące okienka (pop ups)	157
6.6 Taktyki email-marketingu	161

6.6.1	Jak pisać nagłówki zwracające uwagę i skutecznie sprzedające?	162
6.6.2	Jak powiększać swą listę adresów email	168
6.6.3	Zwykły tekst czy HTML?	173
6.7	Prowadzenie kampanii email(-marketingowych)	175
6.7.1	Personalizacja w email-marketingu	175
6.7.2	Inteligentny podział odbiorców na grupy	177
6.7.3	Jak często i kiedy powinieneś wysyłać emaile?	178
6.7.4	Żadnego spamowania!	181
6.8	Analiza kampanii mailingowych	182
6.8.2	Jak zwiększyć skuteczność kampanii	185
6.9	Autorespondery	189
6.10	Wezwanie do działania, czyli jak sfinalizować transakcję	193
7.	NEWSLETTERY INFORMUJĄ I SPRZEDAJĄ	201
7.1	Zalety newslettera jako narzędzia w marketingu	203
7.2	Jak stworzyć skuteczny Newsletter?	205
7.3	Skuteczna kampania za pomocą newslettera krok po kroku	210
7.4	Zdobywanie subskrybentów do newslettera	212
7.5	Reklama w newsletterach	215
7.6	Promowanie programu partnerskiego za pomocą newsletterów	216
7.7	Błogi	218
7.8	Jeszcze parę rzeczy wartych umieszczenia w newsletterze/blogu	222
7.9	Eziny i Joint Ventures	223
7.10	Jak rozsyłać swój newsletter do czytelników?	224
	Podsumowanie	225
8.	JOINT VENTURES - PARTNERSTWO DLA SUKCESU	227
8.1.	Dobór partnerów	227
8.2	Połączone subskrypcje	230
8.3	Exit pop-ups	230
8.4	Dołącz ofertę partnera	232
8.5	Jak wzmacniać swoje Joint Ventures	232
8.6	Monitoruj rezultaty swoich joint ventures	233
8.7	Utrzymuj swych obecnych klientów	234
9.	JAK SPRZEDAWAĆ PRODUKTY INFORMACYJNE W INTERNECIE?	237
9.1	Jak znaleźć pisarza?	238
9.2	O czym mógłbyś napisać?	240
9.2.1	Książki czytane dla przyjemności	240
9.2.2	Książki dające inspirację	240
9.2.3	Książki edukacyjne dla uczniów i studentów	241
9.2.4	Książki typu "jak to zrobić"?	241
9.2.5	Wybór dobrego tematu	243
10.	KOMUNIKATY DLA PRASY	249
10.1	Jak napisać skuteczny komunikat dla prasy?	250
10.2	Dystrybucja komunikatów dla prasy	255
10.3	Kiedy powinno się publikować komunikaty dla prasy?	257
11.	MARKETING WIRUSOWY	259
11.1	Marketing wirusowy to nie piramida!	260

11.2 Wirusowy marketing za pomocą ebooków	261
11.3 Wirusowy marketing za pomocą poczty email	265
11.4 Wirusowy marketing a programy partnerskie.....	269
11.5 Wirusowy marketing w Internecie	273
11.7 Monitorowanie wirusowego efektu i jego skuteczności	274
12. JAK TWORZYĆ BOMBOWE OPROGRAMOWANIE NIE UCZĄC SIĘ PROGRAMOWANIA.....	277
12.1 Tworzenie zarysu projektu	278
12.1.1 Lista funkcji	278
12.1.2 "Opowieści użytkownika"	279
12.1.3 Przetwarzanie danych.....	280
12.2 Przystuduj konkurencję	280
12.3 Zdecyduj jaka ma być cena	281
12.4 Wybór programisty.....	282
12.5 Co będzie potrafił robić mój program?.....	285
12.6 Spisanie umowy.....	286
12.7 Należyte opakowanie	288
12.8 Obsługa klienta	289
13. JAK PROWADZIĆ NORMALNE ŻYCIE PRACUJĄC W DOMU	293
13.1 Równowaga między biznesem a rodziną.....	294
13.2 Kiedy powiedzieć "nie"	295
13.3 Weź sobie wolny dzień przynajmniej raz na miesiąc	296
13.4 Naucz się sztuki kompromisów	296
13.5 Utrzymywanie pozytywnego nastawienia pomaga w biznesie....	297