

ОГЛАВЛЕНИЕ

Предисловие	9
Глава 1. Ракеты сами не летают	12
Проблемы с маркетингом	14
Интернет парализует	16
Знакомство с врагом: синдром перегрузки канала	17
Доверяют ли люди вашему бизнесу?	19
Подъемная сила	20
Слагаемые подъемной силы	29
Почему эта формула работает	44
Глава 2. Разрабатываем программу полета	48
Миссия	49
Ставим измеримые задачи	54
Прокладываем курс	57
Глава 3. Внешние стимулы и вдохновение	68
Образцы для подражания	69
Контент и вдохновение	74
Создаем хранилище идей	76
Ищем контент	78
Зачем оглядываться вокруг?	83
Глава 4. Как использовать силу других людей	85
Сила других людей	86
С кем вы хотите установить связь?	87
Создаем собирательный образ читателей	90
Как распознать проблемы и желания ваших читателей	95
С какими проблемами они сталкиваются?	95
Работа со сторонними экспертами	100
Работа со звездами	111
Зачем обращать внимание на других людей?	114

Глава 5. Как активно взаимодействовать с людьми	116
Взаимовыгодный маркетинг	117
Ценность бескорыстных подарков	121
«Все так делают!»	127
Как побудить людей к действию	136
Зачем привлекать людей?	141
Глава 6. Как из контента сделать топливо для вашего маркетинга ...	142
Контент работает: проверено на практике	143
Что нужно для отличного контента?	149
Регулируем редакционные стандарты	156
Формируем тематический план	159
Почему именно контент?	162
Глава 7. Первичное топливо: производство и применение	164
Что такое первичное топливо?	165
Статьи-руководства	172
Интервью с экспертами	177
Обзоры	183
Истории успеха	188
Новости	192
Опровержения	196
Глава 8. Создание и использование ядерного топлива	198
Что такое ядерное топливо?	199
Опросы	206
Белые книги	213
Конкурс «Десятка лучших»	220
Микрособытия	227
Глава 9. Как использовать маркетинг	234
Что значит «держат в узде» маркетинговые послания?	235
Как использовать рекламу	237
Послесловие. Снова о формуле подъемной силы	261
Благодарности	264
Словарь терминов	265
Об авторе	270
Источники	272