

Оглавление

Предисловие9

Введение. Измениться или умереть? 13

Часть I. Социальные медиа — удел хиппи. Маркетинг в социальных медиа — удел бизнеса

Глава 1. Не верьте поднятому ажиотажу. Доверяйте только фактам 25

Глава 2. Дело не в них, дело — в вас 47

Глава 3. А может, ваши конкуренты уже впереди? 67

Глава 4. Секрет в том, что никакого секрета нет! 81

Часть II. Как работает маркетинг в социальных медиа

Глава 5. Поднимите шум: о вашем бренде должны знать! 101

Глава 6. Игра на своем поле: маркетинг в социальных медиа для защиты репутации компании 125

Глава 7. Маркетинг в социальных медиа и связи с общественностью 147

Глава 8. Эффект «кумбая»: маркетинг в социальных медиа как средство построения сообщества	171
Глава 9. Как улучшить работу службы поддержки клиентов	193
Глава 10. Маркетинг в социальных медиа для исследований и разработок	211
Глава 11. Увеличение объема продаж	229

Часть III. Хватит сидеть на месте!

Глава 12. Избавьтесь от опасений с помощью разумной политики	249
Глава 13. Распределение обязанностей и контроль над ситуацией	269
Глава 14. Это не игрушки, это — бизнес	287
Глава 15. Еще раз о пользе маркетинга в социальных медиа	299
От авторов	313
Примечания	315