

ОГЛАВЛЕНИЕ

Предисловие	6
Как возникла идея этой книги?	9
Что нового есть в этой книге?	9
А что дальше?	9
Благодарности	9
ГЛАВА 1. ВЕБ-САЙТ: САМОЕ ВАЖНОЕ	10
1.1. Веб-система > веб-сайт	10
1.2. Сформулируйте собственные задачи	12
1.3. Мыслите с позиции пользователей	16
1.4. Структурируйте свои целевые аудитории	18
1.5. Упростите сценарии решения задач	20
1.6. Изучите конкурентов	21
1.7. Максимально используйте бенчмаркинг	21
1.8. Формируйте доверие с первой секунды	22
1.9. Потрудитесь над созданием четкого УТП	23
1.10. Синхронизируйте сайт с общей стратегией продвижения	25
1.11. Найдите хорошего партнера, работающего в сфере веб-разработок	25
ГЛАВА 2. ПРОДВИЖЕНИЕ	34
2.1. Реклама в Интернете	34
2.1.1. С чего начать	34
2.1.2. Выбор площадок для рекламы и форматов	43
2.1.3. Подготовка рекламных материалов	57
2.1.4. Размещение рекламы и сбор статистики	61
2.2. Контекстная реклама: что это такое	64
2.2.1. Определение	64

2.2.2. Кому нужна контекстная реклама	66
2.2.3. Зачем нужна контекстная реклама	67
2.2.4. История	68
2.2.5. Современность	69
2.2.6. Настройки	71
2.2.7. Перспективы	71
2.2.8. Продукт контекстной рекламы	73
2.2.9. Yandex.Direct	74
2.2.10. Begun	77
2.2.11. Google AdWords	78
2.2.12. Roger	79
2.2.13. Как пользоваться контекстной рекламой	80
2.2.14. Подготовка к проведению рекламной кампании	81
2.2.15. Медиаплан	82
2.2.16. Создание рекламной кампании	83
2.2.17. Как правильно выбрать площадку	88
2.2.18. Как составить рекламное объявление	91
2.2.19. Аукционы	93
2.2.20. Рекламные агентства	95
2.2.21. О будущем контекстной рекламы	96
2.3. Поисковый маркетинг	102
2.3.1. Что такое поисковый маркетинг?	102
2.3.2. Когда и как используется поисковый маркетинг	110
2.3.3. Как это все работает?	129
2.4. SMO — это не ругательство!	140
2.4.1. Разбирая понятия	140
2.4.2. Роботы и люди (два крыла Интернета). История возникновения и сущность SMO	141

2.4.3. Смоттимизация: что и как можно смоттимизировать	146
2.4.4. Пишем контент	156
2.5. PR в Интернете	164
2.5.1. Никого нет, все ушли в Интернет	164
2.5.2. Неформат	164
2.5.3. Основные отличия онлайн-ового PR от традиционного	165
2.5.4. Основные инструменты PR в Сети	168
2.5.5. Может ли Интернет испортить репутацию компаний?	179
2.5.6. PR при небольшом бюджете	184
ГЛАВА 3. КАК ПРОДАВАТЬ В ИНТЕРНЕТЕ	190
ГЛАВА 4. МОБИЛЬНОЕ РАБОЧЕЕ МЕСТО СПЕЦИАЛИСТА ПО МАРКЕТИНГУ	199
4.1. Совместная работа: тогда и сейчас... ..	200
ГЛАВА 5. ПЕРСОНАЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ В ИНТЕРНЕТЕ	222
ОБ АВТОРАХ	226