

Оглавление

Введение	11
Какая выгода в этом для вас как для владельца компании?	13
Обзор	15

Часть I. Начало работы

Глава 1. Почему Pinterest?	21
Концепция Pinterest	22
Целевая аудитория Pinterest	23
Почему Pinterest?	25
Глава 2. С чего начать? Создание привлекательного профиля	27
Связь с Facebook или Twitter: что выбрать?	28
Создание привлекательного профиля	31
Что дальше?	37
План действий	37
Глава 3. Кого вы планируете привлечь	38
Описание идеального клиента	39
Чего хочет идеальный клиент?	41
Pinterest — неотъемлемая часть общей маркетинговой стратегии	43
Представьте бренд в выгодном свете	44
Как стать источником ценной информации	46
План действий	48

Глава 4. Основы добавления контента: красивые доски и полезные пины ...	49
Доски	50
Названия досок	50
Как добавлять контент	53
Репост пинов (репин)	56
Как добавить интересное описание	56
План действий	60
Глава 5. Налаживание связей с участниками Pinterest: тегирование, хэштеги, комментарии и «лайки»	61
Комментарии	62
Тегирование	62
«Лайки»	64
Хэштеги	65
Взаимодействие с идеальным клиентом	66
План действий	67
 Часть II. Пинним с выгодой для себя 	
Глава 6. Сила изображений: как создавать захватывающий визуальный бизнес-контент	71
Публикация контента в Pinterest — о чем нужно задуматься	73
Способы публикации контента	75
План действий	83
Глава 7. Делимся информацией: как оптимизировать сайт для тех, кто хочет добавить контент	84
Добавление изображений	84
Рекламируйте ваш аккаунт в Pinterest	86
Специальные рекомендации для блогеров WordPress	88
План действий	91
Глава 8. Забота о подписчиках в Pinterest и снабжение их информацией	92
Как увеличить количество подписчиков в Pinterest	96
Курирование	98
План действий	102
Глава 9. Twitter, Facebook и ваш блог — рука об руку с Pinterest	103
Стратегия социальных сетей	103

Рекомендации по добавлению пинов	104
Четыре способа интеграции Pinterest с Facebook	106
Интеграция Pinterest с блогом	109
Использование Pinterest в видеокампаниях и на YouTube	110
Интеграция Pinterest с Twitter	111
План действий	113
Глава 10. Наблюдение: отслеживание тенденций и контроль обсуждений	114
Отслеживание тенденций	114
Отслеживание трафика и обсуждений	117
Отслеживание впечатлений от бренда	119
Получение откликов	121
План действий	123
Часть III. Как стать влиятельным в Pinterest	
Глава 11. Увеличение охвата	127
Как использовать конкурсы, доски, отзывы покупателей, пользовательский контент и видеогалереи для увеличения числа подписчиков	
Создайте сообщество	128
Налаживание работы с нынешними клиентами	137
Pinterest в разработке контент-стратегии	139
План действий	141
Глава 12. Мобильный пиннинг	142
10 быстрых и простых способов укрепить бизнес, используя приложение Pinterest	143
План действий	152
Глава 13. Pinterest для некоммерческих организаций, B2B-компаний и компаний, функционирующих на базе блога	153
B2B-компании	154
Некоммерческие организации	160
План действий	166
Глава 14. Этические аспекты	167
Советы для художников, фотографов и других поставщиков визуального контента	168

Защита авторских прав	172
Рекомендации для владельцев компаний, некоммерческих организаций и блогеров, которые используют Pinterest в маркетинговых целях	173
Каковы перспективы?	177
План действий	178
Заключение	179
Благодарности	180
Об авторе	182