

Obsah

Ocenění Nových pravidel pro marketing a PR	1
Předmluva	15
Úvod	19
Nová pravidla	21
Zkoušet psát jako blog, ale v knize	22
Výkladní skříň inovačních pracovníků marketingu	23
I Jak web změnil pravidla marketingu a PR	
1 Stará pravidla marketingu a PR jsou v online světě neefektivní	27
Reklama: jáma, kam padají promrhané peníze	29
Jednosměrné vyrušení, marketing je včerejší zpráva	30
Stará pravidla marketingu	31
Public relations se výhradně týkalo médií	32
Public relations a „inkoust“ třetí strany	33
Ano, média jsou stále důležitá	33
Tiskové zprávy a novinářská černá díra	34
Stará pravidla PR	34
Naučte se ignorovat stará pravidla marketingu	36
2 Nová pravidla marketingu a PR	39
Dlouhý ocas marketingu	41
Řekněte mi, prosím, něco, co neznám	43
Zprávy z kamenných obchodů	44
Rada od prezidenta společnosti	46
Dlouhý ocas v PR	46
Nová pravidla marketingu a PR	47
Konvergence marketingu a PR na webu	48
3 Přímé oslovení zákazníků	51
Ukažte světu své schopnosti	54
Dodávejte zprávy, které chtějí vaši zákazníci slyšet	55
Osobnost kupujícího: základ	55
Myslete jako vydavatel	58
Řekněte příběh vaší organizace přímo	59
Uvědomte si cíle a nechejte obsah vyvolat akci	60
Obsah a Thought leadership	61

II Webová komunikace pro přímé oslovení zákazníků

4	Blogy: zapojte miliony horlivců, aby vyprávěli váš příběh	65
	Blogy, blogování a bloggeři	67
	Porozumění blogu ve světě webu	68
	Tři způsoby využití blogů pro marketing a PR	71
	Sledujte blogy, záleží na tom reputace vaší organizace	72
	Komentujte na blozích a dostaňte na ně vaše stanovisko	73
	Dovolujete zaměstnancům posílat e-maily? Co takhle nechat je blogovat?	76
	Překonání mezí: blogování v McDonald's	77
	Síla blogů	78
	Začněte dnes	79
5	Nová pravidla vydávání zpráv	81
	Vydávání zpráv ve světě webu	83
	Nová pravidla vydávání zpráv	83
	Jestliže vás najdou, tak přijdou	84
	Přilákání zákazníků do prodejního procesu	87
	Dosáhněte přímo k vašim zákazníkům	88
6	Doručování audio obsahu prostřednictvím podcastu	89
	Navrácení marketingu zpět do rukou muzikantů	91
	Podcasting: více než jen hudba	93
7	Fóra, wiki a vaše cílová skupina	95
	Vaši nejlepší zákazníci se účastní online fór – vy byste měli také!	98
	Váš Vesmír ve fórech	102
	Wiki, e-mailové konference a vaše publikum	103
	Vytvoření vaší vlastní wiki	105
8	Buďte nakažliví: web pomáhá rozpálit cílovou skupinu	107
	Mátově svěží explozivní marketing	108
	Monitorování blogosféry kvůli nakažlivým erupcím	109
	Vytváření nakažlivého rozruchu pro radost a výdělek	111
	Grilované sýrové sendviče cudné Mary a toaleta Jerryho Garcii	112
	Když máte výbušné zprávy, udělejte je nakažlivými	112

9 Webové stránky bohaté na obsah	117
Politický nátlak na webu	118
Obsah: centrum úspěšných webových stránek	121
Sklobení toho všeho s obsahem	121
Skvělá webová stránka: více umění než věda	123

III Akční plán pro využití síly Nových pravidel

10 Jste to, co publikujete: sestavení vašeho marketingového a PR plánu	127
Jaké jsou cíle vaší organizace?	128
Osobnost kupujícího a vaše organizace	130
Profil osobnosti kupujícího	131
Důležitost modelu kupujícího ve webovém marketingu	135
Vlastními slovy vašich zákazníků	135
Čemu chcete, aby vaši kupující věřili?	138
Vývoj obsahu k dosažení kupujících	139
Vypuštění malého dinosaura	141
Držte se svého plánu	143
11 Online Thought Leadership: vaše organizace jako důvěryhodný zdroj myšlenek a inovací	145
Tvorba Thought Leadership obsahu	146
Formy Thought Leadership obsahu	147
Jak vytvořit smysluplný obsah	149
Optimální využití Thought Leadershipu mimo vaši organizaci	150
Kolik peněz vydělává váš kupující?	151
12 Jak psát pro vaše kupující	153
Analýza hantýrky	154
Bídné psaní: Jak jsme se k tomu dostali?	155
Efektivní psaní pro marketing a PR	156
Síla psaní, hodnocení (z vašeho blogu)	157
13 Jak web ovlivňuje proces nakupování	161
Segmentování vašich kupujících	162
Prvky stránek zaměřené na kupujícího	164
Užití RSS k doručení webového obsahu k úzkým cílovým skupinám	167
Zapojte obsah přímo do prodejního cyklu	169
Přátelské poštouchnutí	170

Uzavřete obchod a pokračujte v komunikaci	171
Open-Source marketingový model	171
14 Jak využívat vydávání zpráv k přímému dosažení kupujících	175
Vypracování strategie vydávání zpráv	176
Publikování vydávaných zpráv prostřednictvím distribučních služeb	177
Dosažení více zainteresovaných kupujících prostřednictvím RSS zdrojů	178
Simultánní publikování vydávaných zpráv na vlastní webové stránce	179
Význam odkazů ve vašich vydávaných zprávách	179
Zaměřte se na klíčová slova a fráze, které používají vaši kupující	180
Zahrňte vhodné značky pro social media	182
Pokud je to dost důležité na to, abyste to sdělili médiím, sdělte to i vašim klientům!	183
15 Online mediální místnost: vstupní brána nejen k médiím	185
Vaše online mediální místnost jako (bezplatná) optimalizace pro vyhledávače	186
Nejlepší postup pro online mediální místnosti	187
Online mediální místnost k oslovení žurnalistů, zákazníků, bloggerů a zaměstnanců	194
Really simple marketing: význam RSS zdrojů ve vaší online mediální místnosti	196
16 Nová pravidla pro oslovení médií	197
Necílené, nátlakové materiály jsou spammem	198
Nová pravidla vztahu s médii	199
Blogy a mediální vztahy	200
Jak nabízet médiím	201
17 Blogujte, abyste oslovili zákazníky	205
Čemu byste se měli věnovat na blogu?	206
Etika v blogování a pravidla pro blogování zaměstnanců	207
Základy blogování: Co byste měli vědět do začátku	209
Vyšperkujte si váš blog	212
Vytváření publika pro váš nový blog	213
Je to o značkách a o vašich zákaznících	214

Blogování mimo Severní Ameriku	215
Na co čekáte?	217
18 Podcasting a video: tak dobře a tak jednoduše, jak jen to je možné	219
Podcasting	219
Moje audio je váš podcast	222
Video a vaši zákazníci	225
Okrádání konkurence ... A to vše zachyceno na videu	227
19 Social networking stránky a marketing	
Podívejte se na mě na MySpace	229
Squidujete?	231
Optimalizování social networking stránek	233
Druhý život: Marketing ve virtuálním světě	234
20 SEM: marketing ve vyhledávacích	239
Optimalizace pro vyhledávače	241
Long tail (dlouhý ocas) vyhledávání	242
Postavte si svou vlastní vyhledávací nemovitost	243
Přístupové stránky, které vyvolávají akci	244
SEM ve fragmentovaném obchodě	247
21 Uskutečňte to!	249
Skvělé pro každou organizaci	251
Nyní je to na vás	253
Poděkování	255
Rejstřík	263