

# OBSAH

## 1. SEO A VYHLEDÁVÁNÍ

### 1.1

str. 9

#### **HISTORIE, VÝVOJ, TERMINOLOGIE, BLACKHAT, WHITEHAT – MAREK PROKOP**

SEO je mnohem starší, než si myslíte. Marek Prokop glosuje o „prehistorické době vyhledávačů“ a také o tom, proč se doba internetová dělí na dobu před a po Google.

### 1.2

str. 16

#### **SOUČASNOST A SEO, SEO VS. INBOUND? PŘESAHY SEO. MĚŘITELNOST SEO – PAVEL UNGR**

SEO umírá. Nebo je snad mrtvé? Pavel Ungr vám naservíruje 15 důvodů, proč je SEO stále ve hře. Nevěříte? Buďte Inbound!

### 1.3

str. 26

#### **ÚVOD DO LINKBUILDINGU A ZÁKLADNÍ TECHNIKY – ZDENĚK DVOŘÁK (LINKI)**

Linkbuilding je budování zpětných odkazů. Význam tohoto slova chápeme jen pouhým překladem. Ale je to s ním skutečně tak jasné a jednoduché?

## 2. PLACENÁ REKLAMA

### 2.1

str. 41

#### **HISTORIE, SMYSL, VELIKOST TRHU, SEARCH VS. OBSAHOVÉ SÍTĚ – VĚRA KOUKALOVÁ**

Hutná a fundovaná studie o placené reklamě. Nechybí ani kapitola věnovaná vývoji a zajímavým datům z českého prostředí.

### 2.2

str. 50

#### **ÚVOD DO REKLAMY VE VYHLEDÁVÁNÍ – PETRA BRODILOVÁ**

V České republice vyhledává 57 % lidí produkty na Internetu ještě dříve, než si je ve skutečnosti koupí. A většina vyhledávání probíhá přes Google nebo Seznam. Jak toho využít?

## 2.3

str. 56

### ÚVOD DO REKLAMNÍCH SÍTÍ – JAN ZDARSA

Jako inzerent byste měli vědět, že v ČR můžete nakupovat ve 4 skupinách reklamních sítí. A proč pro každou z nich platí jiná pravidla? Jak na to, poradí Jan Zdarsa!

## 2.4

str. 61

### REMARKETINGOVÉ TECHNIKY – JINDŘICH FÁBORSKÝ

Remarketing je technika, která má za úkol přivést uživatele zpět na stránku, kterou již navštívil. Ano, máte pravdu. Je to spíše disciplína.

## 2.5

str. 67

### ÚVOD DO PLATFORMY ADWORDS A SKLIK A JEJICH ROZDÍLY – ROBERT ŠTÍPEK

Od aukce k prokliku a mnohem dál. Robert Štípek si klade otázku, jestli Sklik dokáže držet krok s globálním gigantem a kde máme inzerovat.

## 2.6

str. 72

### KDE STOJÍ REKLAMA NA FACEBOOKU A NÁVOD NA JEJÍ POUŽITÍ – ZDENĚK LINC

Jenom v ČR se na Facebooku pohybuje kolem 60 % uživatelů Internetu. V řeči čísel jsou to téměř 4 miliony potenciálních zákazníků. Přečtete si, jak tyto uživatele oslovit.

## 2.7

str. 80

### NÁKUP DISPLAYE, RTB, DALŠÍ TRENDY A TECHNIKY – LUCIE APPLTAUEROVÁ

Věděli jste, že v naší zemi tvoří bannerová neboli display reklama téměř 50 % investic do Internetu? Jak ji nakupovat a jaké jsou aktuální trendy, to vše se dozvíte právě v tomto článku.

## 3. WEBOVÁ ANALYTIKA

### 3.1

str. 88

#### HISTORIE, SMYSL, ÚVOD DO ANALYTIKY – PAVEL JAŠEK

Co je to webová analytika, jaké je její nejčastější využití a jak je to s měřením a analýzou, v kostce představí Pavel Jašek.

### 3.2

str. 100

#### ÚVOD DO GOOGLE ANALYTICS – GEMMA MUÑOZ

Historii nástrojů pro webovou analýzu a základní funkce Google Analytics pod taktovkou Gemmy Muñoz.

### 3.3

#### **PROBLEMATIKA MĚŘENÍ KONVERZÍ A LEHKÝ ÚVOD DO ATRIBUCÍ – MATTHIAS BETTAG**

str. 107

Přemýšleli jste někdy o tom, že konverze je vlastně měna marketingu? Matthias vás nasměruje, jak se zamyslet nad efektivními atribučními modely.

### 3.4

#### **DALŠÍ ANALYTICKÉ NÁSTROJE – MARTIN SNÍŽEK**

str. 116

Uvažujete nad tím, že vyměníte Google Analytics za placený analytický nástroj? O nesamplovaných datech a nastavitelnosti se rozepsal Martin Snížek.

## **4. SOCIÁLNÍ MÉDIA**

### 4.1

#### **ÚVOD A HISTORIE SOCIÁLNÍCH SÍTÍ – BRIAN CARTER**

str. 121

Facebook, Twitter, YouTube, LinkedIn – jde vám z toho hlava kolem? Brian vám poradí, jak ovládnout sociální sítě.

### 4.2

#### **CO JE TO MARKETING NA SOCIÁLNÍCH SÍTÍCH A JAKOU ROLI HRAJE OBSAH? – ADAM ZBIEJCZUK**

str. 131

O tom, že facebooková revoluce už je za námi a proč nevnímat sociální sítě jako další marketingovou platformu, píše Adam Zbiejczuk.

### 4.3

#### **KONKRÉTNÍ PŘÍPADY A NÁHLEDY NA MARKETING NA FACEBOOKU – JAN PODZIMEK**

str. 138

Víte, jak vypadá průměrný uživatel Facebooku? Jan Podzimek se zamýšlí také nad tím, jak má vypadat firemní profil, a podělí se s vámi o vybrané případové studie

### 4.4

#### **ÚVOD DO VYUŽÍVÁNÍ LINKEDINU A UKÁZKA FUNKČNÍCH KAMPANÍ – MICHAELA NÁPLAVOVÁ**

str. 146

Míša se věnuje kreativním marketingovým kampaním na sociálních sítích Facebook, Twitter a LinkedIn. Specializuje se především na sociální síť LinkedIn a její využití pro získávání nových obchodních kontaktů a pro zviditelnění firemních profilů.

## 5. DALŠÍ TECHNIKY ONLINE MARKETINGU

### 5.1 CONTENT MARKETING A JEHO PROPOJENÍ S OSTATNÍMI TECHNIKAMI – NEIL PATEL

str. 153

Krátká a úderná příručka Content Marketingu. Přečtěte si, co všechno musíte mít, než začnete prodávat.

### 5.2 E-MAIL MARKETING – JAN PENKALA

str. 159

Jak budovat e-mailovou databázi a jaké metody použít pro navázání kontaktu se zákazníky poradí Jan Penkala.

### 5.3 BRANDING NA INTERNETU – VYUŽITÍ ONLINE KAMPANÍ PRO BUDOVÁNÍ BRANDU – ONDŘEJ SLÁMA

str. 167

Zamyšlení Ondřeje Slámy o tom, jaké to je, když se tabulky smíří se značkou. Pohled na výkonnostní marketing tak trochu z jiné stránky.

### 5.4 VIDEOMARKETING A JEHO PROPOJENÍ S OSTATNÍMI KANÁLY – PHIL NOTTINGHAM

str. 173

Všichni se na něj občas díváme, ale víme, jaké opravdu je? Co je to video a jak zvýšit jeho potenciál, poradí Phil Nottingham.

### 5.5 MOBILE – PŘIJA SYSTEM

str. 183

Mobilní aplikace jsou na vzestupu, o tom žádná. Případové studie, aktuální stav mobilních aplikací v ČR a zamyšlení nad rozpočty – to všechno pěkně pohromadě.

## 6. BONUSOVÉ MATERIÁLY

### 6.1 ROZHOVOR: PAVEL UNGR -> EVAN FISHKIN

str. 192

### 6.2 ROZHOVOR: PETRA VĚTROVSKÁ -> PHIL PEARCE

str. 199

### 6.3 ROZHOVOR: MEDIAGURU -> BRIAN CARTER

str. 206