

Spis treści

Wstęp	5
Rozdział 1. Wprowadzenie do marketingu społecznościowego	7
1.1. Najważniejsze definicje	7
1.2. Media społecznościowe — chwilowa moda czy nieunikniony trend?	12
1.3. Jacy są użytkownicy serwisów społecznościowych?	18
1.4. Twoja firma w serwisach społecznościowych	24
Rozdział 2. Najpopularniejsze portale społecznościowe	33
2.1. Duże portale — masowe społeczności	36
2.2. Portale biznesowe — społeczności profesjonalistów	46
2.3. Portale z filmami — darmowa reklama Twojej firmy	50
2.4. Blogowanie — dziel się swoją wiedzą	57
2.5. Portale z artykułami — kreuj się na eksperta	60
2.6. Wykopywarki — pokaż całemu światu swoje artykuły	63
2.7. Mikroblogowanie — krótkie informacje dla Twoich klientów	69
2.8. Własny portal społecznościowy	79
Rozdział 3. Optymalizacja (Social Media Optimization)	81
3.1. Integracja strony z serwisami typu social media	81
3.2. Automatyczne dodawarki	83
3.3. Zrób to sam — własny widget	93

Rozdział 4. Marketing społecznościowy (Social Media Marketing)	111
4.1. Jak działać w sieciach społecznościowych?	111
4.2. Społeczności a SEO	115
4.3. Nie spamuj, bo Twój żywot będzie krótki	116
4.4. Istota gravatarów w społecznościach	119
4.5. Dawanie wartości użytkownikom	122
4.6. Budowanie wizerunku i kreowanie się na eksperta	124
4.7. Co zrobić, aby dostać się na stronę główną Wykopu?	125
4.8. Marketing wirusowy na YouTube	128
4.9. Pepsi w „społecznościówkach”	131
4.10. Działalność charytatywna a social media	134
4.11. Mierzenie wyników	136
4.12. Społecznościowa automatyzacja	138
Rozdział 5. Marketing społecznościowy na Facebooku	143
5.1. Założenie i prowadzenie profilu na Facebooku	144
5.2. Zasada „Lubię to”	146
5.3. Jak założyć Fan Page?	148
5.4. Jak pozyskiwać fanów na Facebooku?	152
5.5. Automatyczny import wpisów z bloga do serwisu Facebook	155
5.6. Płatna reklama na Facebooku	159
5.7. Facebook API — dla zaawansowanych	164
5.8. Tak to robią inni	166
Zakończenie	173
Bibliografia	174