

SPIS TREŚCI

WSTĘP.....	7
Zapomnij o wszystkim, co dotychczas słyszałeś!.....	9
Czy nadajesz się na internetowego przedsiębiorcę?.....	10
Internet - narzędzie w Twoim biznesie.....	12
Tutaj odpowiedni produkt sam się sprzedaje.....	13
Elastyczny biznesplan.....	14
Dlaczego internetowy marketing jest tak skuteczny?.....	16
1. JAK ROZPOCZĄĆ?.....	19
1.1 Jak uczynić swą witrynę atrakcyjną, interesującą i interaktywną.....	19
1.2 Nawigacja.....	23
Cele systemu nawigacji.....	24
Wskaźniki aktualnej pozycji.....	24
Nawigacyjne elementy kontrolne.....	27
1.3 Jak prawidłowo zaplanować swoją witrynę.....	29
1.3.1 Wartościowa zawartość.....	29
1.3.2 Łatwość dostępu do informacji.....	30
1.3.3 Szybkość dostępu do informacji.....	30
1.3.4 Prosto i przejrzysto skomponowane strony.....	31
1.3.5 Informacja dotycząca ściągania plików.....	32
1.3.6 Problemy z wygodą użytkowania witryny.....	33
1.4 Interaktywność i personalizacja.....	34
1.5 Grafika.....	35
1.6 Teksty reklamowe na witrynie.....	36
1.7 Wybór nazwy domeny.....	40
1.7.1 Wygaste domeny mogą Ci zapewnić nieprawdopodobny ruch.....	43
1.8 Hosting.....	44
1.9 Testowanie poprawności działania witryny.....	46
1.9.1 Korzystanie z dostępnych statystyk dotyczących witryny.....	48
1.9.2 Monitorowanie sprzedaży.....	52
1.10 Zdobywanie i podtrzymywanie zaufania klientów.....	53
2. POMYSŁY NA INTERNETOWY BIZNES.....	57
2.1 Jakie biznesy odnoszą sukces w Internecie?.....	57
2.2 Co powinienś sprzedawać - produkt czy usługę?.....	59
2.3 Znaczenie sprzedaży typu back-end.....	61
2.4 Cross-selling.....	64
3. SEKRETY ZDOBYWANIA RUCHU ZA POMOCĄ WYSZUKIWAREK.....	65
3.1 Jak działają wyszukiwarki?.....	67
3.2 Najważniejsze obecnie wyszukiwarki.....	70
3.3 Algorytmy pozycjonowania.....	74
Google.....	75
Yahoo.....	77
Inktomi (MSN Search, AOL Search, Hotbot).....	78
AltaVista.....	79
3.4 Słowa kluczowe i optymalizacja witryny.....	80
Spytaj konkurentów.....	80

Sprawdź na witrynie typu "płać za kliknięcie".....	81
Użyj wyspecjalizowanego narzędzia.....	82
Meta-tag "title".....	83
3.5 Teksty na witrynie a optymalizacja.....	84
3.6 Rejestrowanie witryny w wyszukiwarkach.....	85
3.7 Katalogi internetowe.....	86
3.7.1 Rejestracja w KATALOGACH.....	86
3.8 Serwisy typu "płać za kliknięcie".....	87
3.8.1 Pokaż mi pieniądze!.....	89
3.8.2 Rejestracja witryny w serwisach typu "płać za kliknięcie".....	90
3.8.3 Google AdWords i Premium Advertising.....	91
3.9 Link popularity i analiza linków.....	93
3.9.1 Linki wzajemne i witryny partnerskie	95
3.9.2 Wybór partnera do wymiany linków.....	97
3.9.3 Analiza linków przychodzących.....	98
3.10 Optymalizacja witryny ze względu na wyszukiwarki.....	99
3.11 Monitorowanie statystyk.....	101
3.12 Na koniec słowo na temat spamu.....	103
4. KUPOWANIE REKLAMY I UTRZYMYWANIE ISTNIEJĄCYCH KLIENTÓW....	105
4.1 Bannery.....	105
4.1.1 Mały słownik bannerologii.....	106
4.1.2 Ekonomia bannerów.....	108
4.2 Linki tekstowe.....	110
4.3 Serwisy ogłoszeń.....	111
4.4 Zdobywanie nowych klientów.....	112
4.5 Nieco o skutecznej reklamie.....	115
4.6 Zaawansowane monitorowanie skuteczności reklam.....	117
5. WZBOGAĆ SIĘ NA PROGRAMACH PARTNERSKICH.....	123
5.1 Jak zostać partnerem.....	123
5.2 Jak uruchomić własny program partnerski.....	127
5.3 Jak radzić sobie ze problemem spamu.....	128
5.4 Jak to robić i jak monitorować swoje wyniki.....	129
5.5 Ocena wyników.....	134
5.6 Jak przyciągać partnerów.....	135
5.6.1 Klasyfikacja partnerów i jaki z tego pożytek.....	136
5.6.2 Kilka łatwych do uniknięcia błędów.....	140
5.7 LinkShare - program partnerski, który może dać piękne zyski....	144
5.8 System zarządzania programem partnerskim z wbudowaną obsługą płatności - ClickBank.....	144
6. WULKAN ZYSKÓW Z POMOCĄ EMAIL-MARKETINGU.....	147
6.1 Jak zdobywać adresy email.....	148
6.2 Listy mailingowe typu double opt-in.....	149
6.3 Skoncentruj swe kampanie na zidentyfikowanych już potencjalnych klientach.....	153
6.4 Wynajęcie albo zakupienie listy.....	155
6.5 Wyskakujące okienka (pop ups).....	157
6.6 Taktyki email-marketingu.....	161

6.6.1 Jak pisać nagłówki zwracające uwagę i skutecznie sprzedające?.....	162
6.6.2 Jak powiększać swą listę adresów email.....	168
6.6.3 Zwyczajny tekst czy HTML?.....	173
6.7 Prowadzenie kampanii email-marketingowych.....	175
6.7.1 Personalizacja w email-marketingu.....	175
6.7.2 Inteligentny podział odbiorców na grupy.....	177
6.7.3 Jak często i kiedy powinieneś wysyłać emaila?.....	178
6.7.4 Żadnego spamowania!.....	181
6.8 Analiza kampanii mailingowych.....	182
6.8.2 Jak zwiększyć skuteczność kampanii.....	185
6.9 Autorespondery.....	189
6.10 Wezwanie do działania, czyli jak sfinalizować transakcję.....	193
7. NEWSLETTERY INFORMUJĄ I SPRZEDAJĄ.....	201
7.1 Zalety newslettera jako narzędzia w marketingu.....	203
7.2 Jak stworzyć skuteczny Newsletter?.....	205
7.3 Skuteczna kampania za pomocą newslettera krok po kroku.....	210
7.4 Zdobywanie subskrybentów do newslettera	212
7.5 Reklama w newsletterach.....	215
7.6 Promowanie programu partnerskiego za pomocą newsletterów.	216
7.7 Blogi.....	218
7.8 Jeszcze parę rzeczy wartych umieszczenia w newsletterze/blogu.....	222
7.9 Eziny i Joint Ventures	223
7.10 Jak rozsyłać swój newsletter do czytelników?.....	224
Podsumowanie.....	225
8. JOINT VENTURES — PARTNERSTWO DLA SUKCESU.....	227
8.1. Dobór partnerów.....	227
8.2 Połączone subskrypcje.....	230
8.3 Exit pop-ups.....	230
8.4 Dołącz ofertę partnera.....	232
8.5 Jak wzmacniać swoje Joint Ventures.....	232
8.6 Monitoruj rezultaty swoich joint ventures.....	233
8.7 Utrzymuj swych obecnych klientów	234
9. JAK SPRZEDAWAĆ PRODUKTY INFORMACYJNE W INTERNECIE?.....	237
9.1 Jak znaleźć pisarza?.....	238
9.2 O czym mógłbyś napisać?.....	240
9.2.1 Książki czytane dla przyjemności	240
9.2.2 Książki dające inspirację.....	240
9.2.3 Książki edukacyjne dla uczniów i studentów.....	241
9.2.4 Książki typu "jak to zrobić"?.....	241
9.2.5 Wybór dobrego tematu.....	243
10. KOMUNIKATY DLA PRASY.....	249
10.1 Jak napisać skuteczny komunikat dla prasy?.....	250
10.2 Dystrybucja komunikatów dla prasy.....	255
10.3 Kiedy powinno się publikować komunikaty dla prasy?	257
11. MARKETING WIRUSOWY.....	259
11.1 Marketing wirusowy to nie piramida!.....	260

11.2 Wirusowy marketing za pomocą ebooków.....	261
11.3 Wirusowy marketing za pomocą poczty email.....	265
11.4 Wirusowy marketing a programy partnerskie.....	269
11.5 Wirusowy marketing w Internecie.....	273
11.7 Monitorowanie wirusowego efektu i jego skuteczności.....	274
12. JAK TWORZYĆ BOMBOWE OPROGRAMOWANIE NIE UCZĄC SIĘ PROGRAMOWANIA.....	277
12.1 Tworzenie zarysu projektu	278
12.1.1 Lista funkcji.....	278
12.1.2 "Opowieści użytkownika".....	279
12.1.3 Przetwarzanie danych.....	280
12.2 Przestuduj konkurencję.....	280
12.3 Zdecyduj jaka ma być cena.....	281
12.4 Wybór programisty.....	282
12.5 Co będzie potrafił robić mój program?.....	285
12.6 Spisanie umowy.....	286
12.7 Należyte opakowanie.....	288
12.8 Obsługa klienta.....	289
13. JAK PROWADZIĆ NORMALNE ŻYCIE PRACUJĄC W DOMU.....	293
13.1 Równowaga między biznesem a rodziną.....	294
13.2 Kiedy powiedzieć "nie".....	295
13.3 Weź sobie wolny dzień przynajmniej raz na miesiąc.....	296
13.4 Naucz się sztuki kompromisów.....	296
13.5 Utrzymywanie pozytywnego nastawienia pomaga w biznesie....	297