

# Spis treści

|                    |                                                                  |            |
|--------------------|------------------------------------------------------------------|------------|
|                    | <b>Wstęp .....</b>                                               | <b>7</b>   |
| <b>Rozdział 1.</b> | <b>Podstawy e-biznesu .....</b>                                  | <b>9</b>   |
|                    | 1.1. Podstawowe pojęcia w e-biznesie .....                       | 9          |
|                    | 1.2. 4 kluczowe elementy w biznesie .....                        | 20         |
| <b>Rozdział 2.</b> | <b>Strategia w e-biznesie .....</b>                              | <b>27</b>  |
|                    | 2.1. 10 ulubionych strategii Jaya Abrahama .....                 | 27         |
|                    | 2.2. Strategia — siła, która prowadzi biznes .....               | 31         |
|                    | 2.3. Modele e-biznesu .....                                      | 35         |
|                    | 2.4. Mądre strategie w działalności e-commerce .....             | 43         |
|                    | 2.5. Znajdź swoją niszę! .....                                   | 48         |
| <b>Rozdział 3.</b> | <b>Branding .....</b>                                            | <b>53</b>  |
|                    | 3.1. Najpierw poznaj swojego klienta .....                       | 53         |
|                    | 3.2. Branding i pozycjonowanie .....                             | 60         |
|                    | 3.3. Świadomość marki niczego nie załatwia .....                 | 63         |
|                    | 3.4. Jak nazwać firmę lub serwis WWW? .....                      | 66         |
|                    | 3.5. Tagline, czyli slogan .....                                 | 74         |
| <b>Rozdział 4.</b> | <b>Automatyzacja .....</b>                                       | <b>81</b>  |
|                    | 4.1. Różnica pomiędzy samozatrudnieniem a systemem biznesu ..... | 81         |
|                    | 4.2. Automatyzacja w e-biznesie .....                            | 83         |
|                    | 4.3. Outsourcing .....                                           | 86         |
| <b>Rozdział 5.</b> | <b>Dystrybucja w internecie .....</b>                            | <b>91</b>  |
|                    | 5.1. Strona WWW .....                                            | 91         |
|                    | 5.2. Sklep internetowy .....                                     | 94         |
|                    | 5.3. Pasaż internetowy .....                                     | 97         |
|                    | 5.4. Strategiczny partner .....                                  | 98         |
|                    | 5.5. Aukcje internetowe .....                                    | 101        |
| <b>Rozdział 6.</b> | <b>Copywriting .....</b>                                         | <b>103</b> |
|                    | 6.1. AIDA .....                                                  | 103        |
|                    | 6.2. Zasada 3 czynników .....                                    | 108        |
|                    | 6.3. Pisz o korzyściach popartych cechami .....                  | 112        |
|                    | 6.4. Działaj na emocje .....                                     | 115        |
|                    | 6.5. Nagłówek — najważniejsza część reklamy .....                | 126        |
|                    | 6.6. Napisz, poczekaj, zredaguj .....                            | 139        |
| <b>Rozdział 7.</b> | <b>Strona WWW .....</b>                                          | <b>143</b> |
|                    | 7.1. Najbardziej Oczekiwana Akcja — NOA .....                    | 143        |
|                    | 7.2. Dlaczego opłaca się kupować szablony stron WWW? .....       | 146        |
|                    | 7.3. Jak powinna wyglądać strona główna? .....                   | 148        |

|                                                                               |            |
|-------------------------------------------------------------------------------|------------|
| 7.4. Kontakt i pomoc .....                                                    | 156        |
| 7.5. Notki prawne .....                                                       | 160        |
| 7.6. Hosting .....                                                            | 163        |
| 7.7. CMS — dlaczego warto się tym zainteresować (Łukasz Sebestyański) .....   | 166        |
| <b>Rozdział 8. SPAM .....</b>                                                 | <b>169</b> |
| 8.1. Spam .....                                                               | 169        |
| 8.2. Jak NIE zostać spamerem? .....                                           | 174        |
| <b>Rozdział 9. Lista adresowa .....</b>                                       | <b>195</b> |
| 9.1. Jak stworzyć własną listę adresową i zarządzać nią — za darmo? .....     | 195        |
| 9.2. Jak zbudować listę adresową? .....                                       | 201        |
| <b>Rozdział 10. E-mail marketing .....</b>                                    | <b>209</b> |
| 10.1. E-ziny, newslettery, kursy e-mailowe i mailingi .....                   | 209        |
| 10.2. Jak za darmo wysyłać e-ziny, newslettery, kursy i mailingi? .....       | 215        |
| 10.3. Struktura skutecznego e-maila .....                                     | 220        |
| 10.4. Jak napisać skuteczny e-mail? .....                                     | 223        |
| <b>Rozdział 11. Autoresponder .....</b>                                       | <b>229</b> |
| 11.1. Autoresponder — czym jest i co daje? .....                              | 229        |
| 11.2. Przykłady użycia autorespondera .....                                   | 231        |
| 11.3. Przykłady użycia wielokrotnego autorespondera .....                     | 236        |
| 11.4. Systemy wielokrotnych autoresponderów .....                             | 241        |
| <b>Rozdział 12. Wyszukiwarki .....</b>                                        | <b>243</b> |
| 12.1. Wyszukiwarki — wstęp .....                                              | 243        |
| 12.2. Wyszukiwarki — działanie .....                                          | 247        |
| 12.3. Content layering, czyli jak zwiększyć oglądalność (Marcin Ekiert) ..... | 252        |
| 12.4. Wyszukiwarki — pozycjonowanie .....                                     | 255        |
| 12.5. Link popularity .....                                                   | 257        |
| <b>Rozdział 13. Świadomy marketing .....</b>                                  | <b>263</b> |
| 13.1. Świadomy marketing .....                                                | 263        |
| 13.2. Sławni o świadomym marketingu .....                                     | 270        |
| 13.3. Wskaźniki świadomego marketingu .....                                   | 272        |
| 13.4. Jak ustalić skuteczność e-maila za pomocą FreeBot.pl? .....             | 278        |
| 13.5. Dźwignia marketingowa .....                                             | 280        |
| 13.6. Kiedy stać Cię na reklamę? .....                                        | 283        |
| 13.7. Kalkulator ROI — Rentowności Kampanii Reklamowej .....                  | 287        |
| 13.8. Jak prawidłowo przeprowadzać testy marketingowe? .....                  | 297        |
| <b>Rozdział 14. Reklama .....</b>                                             | <b>311</b> |
| 14.1. Zanim zaczniesz myśleć o reklamie .....                                 | 311        |
| 14.2. Demografia to nie wszystko .....                                        | 321        |
| 14.3. Reklama nie jest po to, by klienta bawić lub intrygować .....           | 324        |
| 14.4. Case study: skuteczna strategia reklamowa dla serwisu pf.pl .....       | 326        |
| 14.5. Alternatywa dla bannerów .....                                          | 330        |
| 14.6. 12 zasad skuteczniejszych bannerów .....                                | 332        |
| 14.7. Prosty i skuteczny format reklamy typu top layer .....                  | 335        |
| 14.8. Strategie korzystania z boksów reklamowych .....                        | 338        |
| <b>Rozdział 15. Program partnerski .....</b>                                  | <b>343</b> |
| 15.1. Podstawy programów partnerskich .....                                   | 343        |
| 15.2. Tworzenie programu partnerskiego .....                                  | 351        |
| 15.3. Promocja programu partnerskiego .....                                   | 360        |
| 15.4. Prowadzenie programu partnerskiego .....                                | 368        |
| <b>Skorowidz .....</b>                                                        | <b>377</b> |