

P.7876 WYP.



001-007876-00-0

Spis treści

Wprowadzenie	5
I. Kreujemy wizerunek, by osiągnąć sukces	7
1.1. Wizerunek i magiczna literka „e”	8
1.2. Rodzaje wizerunku i jego elementy	21
1.3. Marka efektem kreacji wizerunku	36
1.4. Wizerunek a public relations	58
1.5. Dlaczego wizerunek jest ważny	65
2. Rola Internetu w kształtowaniu wizerunku	79
2.1. Miał służyć wojsku, a służy wszystkim	80
2.2. Dobrze, tanio, Internet	87
2.3. E-wizerunek w Polsce	99
3. E-wizerunek, czyli jak kreować wizerunek w polskim Internecie	115
3.1. Sześć zasad skutecznego kreowania e-wizerunku	116
3.2. Strona WWW podstawowym narzędziem e-wizerunkowym	117
3.3. Nie wkurzaj klienta — webusability	143
3.4. E-mail — tak cię widzą, jak cię czytają	147
3.5. E-wizerunek na forach internetowych i w portalach społecznościowych	156

3.6. U pana bloga za piecem	164
3.7. Sieciowy image w życiu jednostek	169
3.8. Bez mediów ani rusz	178
3.9. Pozostałe metody budowania e-wizerunku	183
3.10. Działania mające zły wpływ na e-wizerunek	184
3.11. Antystrony — jak sobie z nimi radzić	189
3.12. Reklama — wróg czy przyjaciel	192
4. E-wizerunek w praktyce	197
4.1. Promocja marki SlimP3 z wykorzystaniem serwisu muzycznego	197
4.2. BigChina.pl	207
4.3. Jak zniechęcić do siebie klientów i sprzedawać mniej motorowerów	227
Zakończenie	233
Bibliografia	235