

## Social media to ściema

Autor: [B.J. Mendelson](#)

*Mądra i prowokacyjna. Jeśli jesteś uzależniony od mediów społecznościowych — czytaj i płacz!*

„New York Journal of Books”

### *Prawdy, półprawdy i ćwierćprawdy...*

Social media to wielka marketingowa rewolucja! Dzięki nim jesteś bliżej swoich klientów i współpracowników - z ich pomocą możesz wprawić w ruch wielką maszynę reklamową! Czyżby? A co Ci podpowiada zdrowy rozsądek? Czy zastanawiałeś się nad tym, kto naprawdę zarabia na tym interesie? Jeśli masz wątpliwości co do prawd objawionych serwowanych Ci przez pięciominutowych internetowych guru i szemranych konsultantów ds. PR, zapraszamy Cię za kulisy tego biznesu.

Twitter, Facebook czy YouTube nie są ani dobre, ani złe, ani przydatne, ani bezużyteczne. Pozwoliliśmy jednak, żeby zadowoleni z siebie chciwi ludzie stworzyli mit, który sugeruje, że wystarczy wejść z firmą na jakąś platformę społecznościową, a wszystkie nasze marzenia się spełnią. A przez cały ten czas korporacje i marketingowcy rozpowszechniający ten mit napychają swoje kieszenie. Masz dość brania udziału w tym podejrzanym procederze? W tej książce znajdziesz wiedzę i narzędzia, których faktycznie potrzebujesz do nawiązywania trwałych relacji z klientami, rozwijania swojej marki oraz wykorzystania pełnego potencjału internetu bez wydawania na to grubej kasy.

**B.J. Mendelson** pisał dla „The Huffington Post”, „Forbesa”, O Music Award w MTV i CNN. Cytowano go w czasopiśmie „Newsweek”, „The New York Times”, „Los Angeles Times”, „Psychology Today” i „SmartMoney”. Był dyrektorem ds. nowych mediów w programie telewizji ABC i prowadził dział poświęcony przetrwaniu na studiach w CBS College Sports.

### Spis treści :

**Wprowadzenie. Podstawy wciskania ściemy (7)**

**1. Nasza okropna, straszna, niedobra i beznadziejna strona internetowa (9)**

**2. Zdumiewające opowieści o przeciętności (13)**

**3. "Napisałem tę książkę dla Pepsi" (17)**

**4. Social media to ściema (23)**

**CZĘŚĆ PIERWSZA. SOCIAL MEDIA TO ŚCIEMA**

**5. Nic zgoła nowego nie ma pod słońcem... ani w internecie (29)**

**6. Szufle i nowa pańszczyzna (37)**

**7. Tak, to jest klucz! (43)**

**8. Teraz już wiesz, czyli brakująca część opowieści (55)**

**9. Ekonomia bazująca na dupkach (67)**

**10. "Wpływowi" ludzie to bzdura (77)**

**11. Przeanalizuj to (89)**

**CZĘŚĆ DRUGA. POZNAJ LUDZI, KTÓRZY STOJĄ ZA ŚCIEMĄ**

**12. A może dla korporacji media społecznościowe także nie są aż taką rewelacją? (97)**

- 13. Zakochana para: Facebook i Kia... (113)**
- 14. Jak marketingowcy, cyberhipsterzy i inni radzą sobie z krytyką (podpowiedź: niezbyt dobrze) (125)**
- CZĘŚĆ TRZECIA. JAK BEZ WIĘKSZEGO WYSIŁKU SPRZEDAWAĆ ŚCIEMĘ?**
- 15. Tworzenie i rozpowszechnianie ściemy w siedmiu prostych krokach (137)**
- 16. A odpowiedź brzmi... (145)**
- CZĘŚĆ CZWARTA. CO NAPRAWDĘ DZIAŁA W INTERNECIE?**
- 17. Wszystko, co kiedykolwiek trzeba Ci będzie wiedzieć o marketingu (161)**
- 18. Podsumowanie (179)**
- 19. Manifest przeciwko mediom społecznościowym (187)**
- Podziękowania (199)**
- Przypisy (205)**