

Godzina dziennie z Facebook marketingiem.

Autorzy: [Chris Treadaway](#), [Mari Smith](#)

Zapręgnij Facebooka do skutecznego promowania Twojej firmy!

- Opracuj strategię działania i na bieżąco mierz jej skuteczność
- Poznaj zasady komunikacji z klientami w mediach społecznościowych
- Wykorzystaj Facebook Connect, aplikacje, widżety i ramki fanów

Oto jedyna książka, która poprowadzi Cię przez wszystkie etapy obmyślenia, wprowadzania, optymalizowania i mierzenia postępów udanej strategii działania na Facebooku.

*Brian Goldfarb,
kierownik w Microsoftzie*

Posiadający już ponad 500 milionów użytkowników największy serwis społecznościowy świata — Facebook — wyrósł także na potężną platformę marketingową. Pragnące kontaktu i interakcji z klientem firmy szybko dostrzegły w nim obiecującą alternatywę dla tradycyjnych spotów radiowych i telewizyjnych czy reklam prasowych, które już dawno przestały się sprawdzać. Tym samym również utarta strategia nachalnego zachwalania i "wciskania" produktów musiała odejść do lamusa. Wobec tego przenoszące się do nowego medium koncerty zaczęły uczyć się innego, skutecznego sposobu komunikowania się z konsumentami. W końcu Facebook nie jest czarodziejską różdżką, za dotknięciem której popularność i obroty firmy rosną same z siebie. Choć oferuje ogromne możliwości promocyjne, nie zrobi niczego za Ciebie, nie zastąpi Twojej kreatywności, a już na pewno sam nie porozmawia z Twoim klientem i nie zdobędzie tysiąca wiernych fanów. Nieodpowiedni sposób prowadzenia firmowego konta na Facebooku może za to przynieść efekty całkowicie odwrotne do zamierzonych...

Choć zdajesz sobie sprawę z tego, jaki potencjał marketingowy drzemie w tak nośnym medium społecznościowym, zanim zaczniesz prowadzić w nim kampanię, lepiej upewnij się, że zrobisz to dobrze! Ta niezwykła książka przeprowadzi Cię od początku do końca przez cały proces tworzenia, wdrażania i analizowania rezultatów udanej kampanii marketingowej na Facebooku. Dowiesz się więcej na temat zjawiska mediów społecznościowych, zrozumiesz, skąd bierze się ich siła i jaką mają przed sobą przyszłość. Odkryjesz, jak opracować efektywną strategię działania na Facebooku i wykorzystać wszystkie oferowane przez niego możliwości, takie jak wydarzenia, aplikacje, reklamy CPC, statystyki czy Facebook Connect. Nauczysz się od podstaw planować i przygotowywać kampanię marketingową oraz inicjować oficjalną obecność promowanej przez Ciebie firmy w przestrzeni tego medium. Zobaczysz, jak wykorzystywać dostępne formy reklamowania się, oraz okiełznasz możliwości, jakie daje tworzenie własnych aplikacji. Zagłębisz się także w systemy pomiaru efektywności rozmaitych działań promocyjnych, które pozwolą Ci na bieżąco wprowadzać udoskonalenia oraz szybko reagować w krytycznych sytuacjach, ale także przedstawiać rezultaty tych działań w przejrzystej i efektownej formie.

Dzięki tej książce:

- poznasz miejsce Facebooka w krajobrazie mediów społecznościowych

- opracujesz strategię, określisz istotne dane, przypiszesz je do celów biznesowych i wyznaczysz wskaźniki pomiarowe
- dowiesz się więcej o stronach fanów i grupach oraz zagwarantujesz opłacalną obecność organizacji w mediach społecznościowych
- zbierzesz grono wiernych czytelników, tworząc atrakcyjne zasoby i reklamy facebookowe oraz organizując konkursy i wydarzenia
- wprowadzisz na swoją witrynę funkcje społecznościowe za pomocą Facebook Connect
- wykorzystasz narzędzia analityczne do śledzenia i testowania wyników, żeby poznać najlepsze metody komunikowania się z grupami docelowymi
- przedstawiś rezultaty w formie przejrzystych i efektywnych tabel danych w programie Microsoft Excel
- skorzystasz z zaawansowanych funkcji i możliwości Facebooka, w tym aplikacji
- poznasz analizy z życia wziętych przykładów — zilustrowano tu nimi inspirujące sukcesy oraz błędy, których należy unikać
- otrzymasz adresy i informacje o cennych zasobach spoza Facebooka
- zobaczysz prognozy ekspertów branżowych co do przyszłego rozwoju Facebooka

Stwórz zintegrowaną i efektywną strategię działania firmy na Facebooku!

Spis treści:

Wprowadzenie (17)

Rozdział 1. Marketing internetowy 1985 - 2010 (21)

- Skromne początki marketingu społecznościowego (22)
- Media społecznościowe w słowach i liczbach (36)
- Co media społecznościowe w roku 2010 mówią nam o przyszłości marketingu (37)
- Realistyczne oczekiwania wobec marketingu społecznościowego (40)
- Kilka słów o kontakcie z konsumentem (42)

Rozdział 2. Czym jest Facebook? (45)

- Sieci i media społecznościowe - definicje (46)
- Krajobraz sieci społecznościowych (47)
- Siedem prawd o sieciach społecznościowych (55)
- Twój cel: marketing wirusowy (56)
- Inne korzyści z udziału w sieciach społecznościowych (58)
- Pomysły na kampanię (60)
- Podstawy Facebooka (63)
- Znajomi (64)
- Aktualności (66)

Rozdział 3. Opracuj strategię działania na Facebooku i mierz postępy (69)

- Określ formę swojej obecności na Facebooku (70)
- Etapy udanej kampanii w mediach społecznościowych (73)
- Określ swój "produkt" społecznościowy (75)
- Lista rzeczy do zrobienia na Facebooku (80)

Rozdział 4. Miesiąc 1. Przygotuj plan i zacznij działać (85)

- Tydzień 1. Ułóż fundamenty (86)
- Tydzień 2. Opracuj i zaprezentuj plan (93)
- Tydzień 3. Ustanów obecność przy użyciu profilu i znajomych (100)
- Tydzień 4. Wypromuj obecność przy użyciu innych funkcji Facebooka (111)

Rozdział 5. Miesiąc 2. Ustanów internetową obecność swojej organizacji za pomocą grup i stron (117)

- Tydzień 1. Zapoznaj się ze stronami i grupami (118)
- Tydzień 2. Zdefiniuj i zacznij realizować strategię zarządzania treścią (132)
- Tydzień 3. Dodawaj zasoby i eksperymentuj z nimi (138)
- Tydzień 4. Nadzoruj i modyfikuj plan (142)

Rozdział 6. Miesiąc 3. Kreuj popyt za pomocą reklam na Facebooku (151)

- Tydzień 1. Zapoznaj się z reklamą na Facebooku (152)
- Tydzień 2. Stwórz tabelę danych (161)
- Tydzień 3. Udoskonal kampanię za pomocą testów A/B i wieloczynnikowych (167)
- Tydzień 4. Przeanalizuj dane i dostosuj kampanię (175)

Rozdział 7. Miesiąc 4. Zaawansowana integracja taktyki z całością kampanii (183)

- Tydzień 1. Poznaj niezbędne zaawansowane podejścia taktyczne (184)
- Tydzień 2. Zapoznaj się z Facebook Connect, widgetami i ramkami fanów (190)
- Tydzień 3. Zintegruj swoje działania z aktywnością marketingową w innych obszarach (196)
- Tydzień 4. Przeprowadź zaawansowaną analizę (205)

Rozdział 8. Dostosowywanie treści aplikacjami Facebooka (211)

- Krótka historia aplikacji facebookowych (212)
- Popularne aplikacje facebookowe (215)
- Wykorzystaj aplikacje do optymalizacji strony fanowskiej (225)
- Czego potrzeba do stworzenia własnej aplikacji (228)
- Wyciągnij korzyści finansowe ze swojej aplikacji (237)
- Przyszłość: aplikacje mobilne (238)

Rozdział 9. Analiza Facebooka (241)

- Monitoruj postępy wskaźnikami (242)
- Zwrot inwestycji na Facebooku - przykład Mayo Medical School (250)
- Mierz aktywność za pomocą usługi Statystyki (254)
- Gdy Facebook nie wystarczy: strony docelowe (257)

Rozdział 10. Uwarunkowania organizacji (263)

- Stanowiska i obowiązki (264)
- Jaką rolę pełni Facebook w różnych organizacjach (268)

- Kilka słów o wykorzystaniu Facebooka w marketingu B2B (284)

Dodatek A: Zasoby (287)

- Strona pomocnicza (288)
- Lektury (288)
- Praktyczne narzędzia społecznościowe (289)

Dodatek B: Przyszłość Facebooka (291)

- Dave Kerpen (292)
- Scott McCaskill (294)
- Lauren Cooney (296)
- Jesse Stay (298)
- Nick O'Neill (301)
- Kevin Tate (302)

Słowniczek (305)

Skorowidz (311)