

E-wizerunek. Internet jako narzędzie kreowania image'u w biznesie.

Autor: [Michał Łebkowski](#)

Lustereczko, powiedz przecie, kto jest najwspanialszy w necie?

- Tworzenie i wykorzystywanie odpowiedniego wizerunku oraz zarabianie na nim
- Budowanie pożądanых marek bez wielkich nakładów finansowych
- Interaktywne relacje z klientami
- Wykorzystanie Internetu do rozwoju biznesu
- Narzędzia kreowania wizerunku w sieci

Jak Cię widzą (w sieci), tak Cię piszą

Internet jest nie tylko rewolucyjnym medium, pierwszym o naprawdę masowym zasięgu działania. Stanowi on przede wszystkim fascynujący alternatywny świat. Działa jak magnes, co roku przyciągając nowych użytkowników. Niczym używka, wciąż odnotowuje wydłużenie czasu kontaktu z odbiorcą. I last but not least -- Internet to niekończący się pasaż handlowy, wymarzone miejsce spotkań podaży i popytu.

Poznaj specyfikę światowej sieci WWW i znajdź w niej właściwe miejsce dla Twojej marki. E-marketing rządzi się własnymi prawami -- z jednej strony bezustannie stawia firmy przed nowymi wyzwaniami, z drugiej zaś stale kreuje nowe narzędzia dotarcia do klienta. A są one naprawdę fascynujące: możliwość dowolnej personalizacji przekazu, olbrzymia ilość kanałów, a przede wszystkim atrakcyjne społeczności -- ludzie młodzi, aktywni, hobbyści, biznesmeni oraz entuzjaści nowinek. Mogą oni zostać ambasadorami Twojej marki, ale mogą też ją zniszczyć. Dlatego musisz poznać zasady rządzące Internetem i jego społecznościami, a następnie zacząć budować instrumenty wywierania wpływu i wykorzystać je dla dobra Twojego produktu.

Internet ma przyszłość!

- Czym jest e-wizerunek i jak wpływa na sukces firm, produktów i ludzi?
- Narzędzia budowania image'u -- strona WWW, fora internetowe, newslettery i inne.
- Sześć zasad skutecznego kreowania e-wizerunku.
- Grzechy główne działań internetowych.
- Marka jako efekt przemyślanej strategii wizerunkowej.
- Case studies

Spis treści:

Wprowadzenie (5)

1. 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)