

Содержание

Слово редактора	3
Пять вопросов Интернет-маркетинга	15
Что такое Интернет-маркетинг?	15
Чем Web отличается от других рекламных сред?	17
Кому Интернет-маркетинг принесет пользу?	23
Почему надо тратить деньги на Интернет-маркетинг?	34
Когда лучше всего начинать использовать Интернет?	36
Как это сделать?	38
Мифы и факты	41
Да, вы можете (делать деньги, мы хотели сказать)	41
Это большой мир — в самом деле?	46
Прогнозы	52
Интернет как целое или частные сети?	54
Большая роль маленьких изменений	57
Открыто круглосуточно	57
Перенаселенность	58
У семи нянек	59
Последний фронтир, или Рыбка большая и маленькая	59
Плохие соседи: безопасность в Интернете	63
Правда про HTML	64
Дилемма дистанционного управления	68
Не только Web	71
Электронная почта	72
Протокол передачи данных (File Transfer Protocol, FTP)	73
Интернет-телефония	76
Интернет-вещание	78
Анархия или утопия? Насколько всеобъемлющей станет Сеть?	82
Итог: надо ли использовать что-то помимо Web?	83
Психология Сети: как понять аудиторию Интернета	85
Становление сетевого сообщества	85
Скелеты в шкафу	87
Первая поправка	90
Немедленный результат	96
Новички	100
Кликать или не кликать?	101
Предсказания будущей популярности	104
Демографический взрыв	107
Интернет и право	109
Авторское право: основной юридический вопрос	110
Цензура: можно ли об этом говорить?	117
Правда, только правда и ничего, кроме правды	121
Праивеси и закон	123

Юрисдикция: чьи законы соблюдать?	133
Ваш Web-сайт — ваш паспорт	134
Налоги: доля дяди Сэма	137
Хакеры.....	139
Что можно и что нельзя делать в Сети.....	145
Что делать: не зная броду, не суйся в воду.....	145
Что делать: давать, давать, давать	147
Что делать: учитесь у римлян	148
Что делать: научиться ненавязчивой рекламе	153
Что делать: угождать массам	154
Чего не делать: не возиться слишком долго.....	165
Чего не делать: не выходить в Сеть до полной готовности.....	166
Что делать: привлекать собственных сотрудников	169
Что делать: стать новатором	176
Чего не делать: чрезмерно увлекаться	177
Что делать: быть динамичным.....	178
Как прийти в Интернет	189
Здесь и сейчас	189
У кого уже получилось?	192
Сделать первый шаг.....	213
Насколько вы готовы?	215
Изменение корпоративной культуры.....	218
Как смягчить переход	220
Семь раз отмерь	223
Формат Web-сайта	223
Информационное наполнение Web-сайта	231
Уровень интерактивности	232
Ухаживайте за вашими покупателями	233
«Сделай сам» — или отдай другому	235
Корпоративные приготовления.....	253
Концепции дизайна.....	263
Следуем традиционным принципам маркетинга	263
Заставьте дизайн работать	271
Что нового?.....	276
Содержание бывает только одной свежести	276
Не бойтесь	277
Стратегии Интернет-маркетинга: выбираем план действий.....	279
Выбор стратегии.....	279
Пусть среда сама продает	281
Дармовщина	290
Онлайновые витрины	297
Целевой маркетинг	300
Устанавливайте теплые отношения с посетителями	302

Привлечение посетителей	309
Что кроется за словами.....	309
Есть сайт, но будут ли посетители?	311
Подчеркивайте полезность своего сайта	329
Будут ли покупать?	334
Интернет-реклама: по ту сторону баннера	341
С чего начинались баннеры.....	341
Где купить рекламу	347
E-zmes и онлайн-журналы как трамплин	352
Спонсорство популярных страниц.....	356
Захват рынка с помощью поисковых машин	356
Стоимость Интернет-рекламы	359
Множественное присутствие	362
Измерение успеха	365
По другую сторону прилавка	367
Почтовый маокетинг в Сети: сила в письмах.....	369
Что такое e-mail-маркетинг?.....	369
Не спам ли это?	370
Базы адресов и как их получить.....	372
Как преподнести послание	379
Измерение результатов	381
К чему относится e-mail-маркетинг?	383
Холим и лелеем свой сайт.....	387
Следим за трафиком.....	387
Мгновенное маркетинговое исследование	398
Регистрация пользователей.....	403
Не отставать от развития Интернет-технологий	408
Не отставать от развития маркетинговых идей	411
Как расширить свой рынок сбыта	412
Покой нам только снится	417
Зарабатываем деньги в Интернете	419
Бум онлайн-бизнеса.....	419
Прием заказов: бумага или пластик?	422
Варианты оплаты	423
Становление платежных стандартов	435
Онлайн-банки 437	437
Защищенные посредники	440
Обслуживание заказов из-за границы	441
Владелец счета далеко, или Вопросы подлога	444
и возврата заказов	444
Вопросы безопасности.....	447
Взломать эту планету	448
Не забывайте о паролях.....	450
Для начала поговорим о плохих новостях	450
Ну что ж, а теперь хорошие новости	464
Типы защиты	484
Какой метод защиты следует выбрать?	493
Интранет и экстранет.....	497
Кое-что об основах	497
Как все это выглядит на практике.....	507

Во что это обойдется?	508
Чем еще Web выгоден для бизнеса	513
Найти зацепку	513
Web для внутреннего потребления	514
Поддержка пользователей	517
Узнаваемость торговой марки	523
Программы бета-тестирования	526
Поиск сотрудников и вакансий	528
Люди говорят, значит, стоит прислушаться.....	531
Обучение сотрудников на базе Web-технологий . . .	532
Электронный обмен данными	533
Что день грядущий нам готовит?	537
Будущее Интернет-технологий	537
Будущее Web-технологий	539
Когда срочность важнее всего	542
Web — это среда для продаж	543
Будущее безопасного Интернета	543
Будущее маркетинга и рекламы в Web	545
Пять препятствий	554
Отдаленное будущее	556
Ваше будущее в Сети.....	556
во сколько это обойдется?	559
Сколько стоит запустить собственный сайт?.....	559
Выводы и примеры из жизни	570
А сколько стоит вообще ничего не делать?	576
Маркетинг бирюльки в Web.....	579
Уолли готовится	580
Бирюлька обретает маркетинг-план	581
Основы маркетинга бирюлек в Web	583
Привлечение пользователей на сайт Уолли.....	585
Чтобы платили	587
Уолли следит за своими успехами	588
Подсчет достижений Уолли	588
Онлайновые ресурсы	591
Глоссарий	597
Индекс.....	613

Перед вами очень полезное учебно-практическое пособие по применению Интернета в повседневной маркетинговой деятельности традиционных компаний различного масштаба. В ней подробно рассказано о том, как Интернет работает, какие в нем сложились традиции и как, создав своеобразный конгломерат технологии и психологических приемов, повысить результативность бизнеса.

Книга написана не для программистов и технических специалистов, ее задача — показать маркетологам, менеджерам, руководителям с самым разным уровнем компьютерных знаний, как может быть использован Интернет для решения вполне стандартных маркетинговых задач.