

Spis treści

O autorze	5
Wstęp do wydania drugiego	7
Wstęp do wydania pierwszego	9
Tworzenie sugestywnych ofert	11
Dobry tytuł — lokomotywa sukcesu	11
Dobry lead, czyli nagłówek	19
Copywriting: <i>Odpowiednie dać rzeczy — słowo</i>	21
Zdjęcia i grafika — harmonia czy chaos?	35
Czcionka a <u>czcionka</u>	39
Przedstaw się klientowi	42
10 sposobów na negatywa, czyli jak zająć klientowi za skórę	49
Dlaczego powinieneś poznać swoje błędy?	49
Ciekawostki na temat błędów	51
10 grzechów głównych — jądro ciemności	52
Punkty newralgiczne, czyli o tym, jak unikać pól minowych	62
Komunikacja biznesowa z e-klientem	71
Obsługa klienta — sztuka czy sztuczki?	71
Trudny klient, asertywność i sztuka aikido	78
„Tajemniczy klient” a poprawa jakości obsługi	85
<i>Mystery shopping</i> — o co w tym chodzi?	85
Popraw jakość — zwiększ zyski	87
Jak to się robi, czyli przebieg badania	89
Kim jest tajemniczy klient?	94
Jak to zastosować w e-biznesie	96
Dodatek: <i>Mystery shopping</i> w Polsce	101
Telepraca w biznesie	103
Pozornie proste pytanie: pracować czy telepracować?	103
Jak to się zaczęło?	104
Czynniki sprzyjające	105

Typy telepracy	107
Telepracownik — kto to taki?	108
Uwarunkowania i bariery	110
Wdrażanie telepracy krok po kroku	121
Budowanie przewagi konkurencyjnej	125
Konkurencyjny — znaczy lepszy	126
21 sposobów na zdystansowanie rywali w e-biznesie	126
Chroń swoją konkurencyjność	144
E-marketing	147
Tajemne skróty: „4P”, „7P”, „4C”	147
Optymalizacja i pozycjonowanie, czyli słów kilka o SEO	148
Promocja w sieci — garść zasad	149
Plan marketingowy i analiza SWOT	152
Modne słowo — <i>feedback</i>	154
Prawo a e-przedsiębiorczość	157
Przymus wyjątkowości	157
Domeny internetowe — walka o nazwę	159
Prawo autorskie, czyli co wolno kopiować	160
Kopiuj i używaj za darmo i legalnie!	163
Granice prawne marketingu	164
Pomysł na e-biznes	171
10 największych mitów	171
E-niewypały	178
Najczęstsze błędy i ostatnie słowa	182