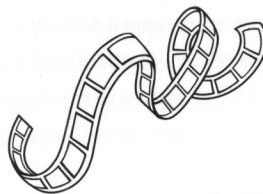
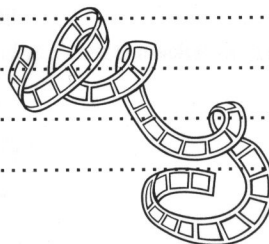


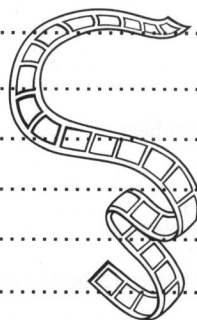
Spis treści



Wstęp	11
Rozdział 1. Droga do sukcesu	17
Rozdział 2. Siła obrazu	25
Rozdział 3. Świat telewizji 2.0	31
Rozdział 4. Czym jest video marketing	37
Rozdział 5. Kiedy włączenie działań video do strategii ma sens	43
Rozdział 6. Dlaczego firmy boją się działań video marketingowych?	53
Rozdział 7. Strategia w video marketingu	59
Rozdział 8. Jak stworzyć wartościowe treści	71
Rozdział 9. Wartościowe treści vs. kampania reklamowa	79
Działania kontentowe	80
Działania reklamowe	83
Rozdział 10. Product placement	85



Rozdział 11. Efekt wirusowości	93
Dove — Real Beauty Sketches	98
Evian — Roller Babies	100
Swisscom — All eyes on S4	102
Squatty Potty	104
Rozdział 12. User-generated content	107
Rozdział 13. Formaty video	117
Vlog	120
Testimonial	122
Tutorial	124
DIY	126
Recenzja/unboxing	128
Webinarium	130
Prezentacje	132
Wywiady	134
Internetowy show	136
Wideo „niespontaniczne” — #videoniespontaniczne	138



Rozdział 14. YouTube	141
Pierwsze kroki w serwisie YouTube	142
Możliwości marketingowe serwisu YouTube	144
<i>Tworzenie własnego kanału</i>	145
<i>Model 1. — budowanie społeczności</i>	145
<i>Model 2. — zwiększanie konwersji za pomocą video</i>	146
<i>Model 3. — hosting materiałów video</i>	147
<i>Kilka porad dla marek, które rozpoczynają działania na własnym kanale YouTube</i>	148
<i>Współpraca z twórcami YouTube</i>	148
<i>Formy płatnej reklamy w serwisie YouTube</i>	152
<i>Format reklamowy In-Stream (pre-roll)</i>	152
<i>Format reklamowy In-Display</i>	153
<i>Walory posiadania własnego kanału YouTube</i>	158
<i>Walory realizacji płatnej kampanii w serwisie YouTube</i>	159
Rozdział 15. Facebook	161
<i>Walory kampanii na Facebooku</i>	165
Rozdział 16. Jeśli nie YouTube i Facebook, to co?	167



Twitter	169
Periscope	171
Vine	173
Snapchat	175
Instagram	177
Rozdział 17. Pomiar efektów, analiza działań	181
Analiza działań kontentowych	182
Analiza działań reklamowych	184
Rozdział 18. Video jako część kampanii marketingowej	187
Rozdział 19. Elementy wyceny produkcji video	193
Rozdział 20. Video marketing a prawa autorskie	203
Wykorzystanie wizerunku	204
Wykorzystanie w materiałach video fragmentów cudzych utworów	206
Warstwa wizualna	207
Warstwa dźwiękowa	207
Rozdział 21. Najczęściej popełniane błędy w działaniach video marketingowych	213
Rozdział 22. Rewolucja video w Polsce już się zaczęła	219

