
Spis treści

O autorach 9

1. **Firmowa strona WWW – jak ją stworzyć i ile to kosztuje?** 11
 - Czym kierować się przy wyborze domeny? 11
 - Jakiego hostingu potrzebuje strona firmowa? 14
 - Co to jest CMS? 15
 - Jak zaprojektować stronę internetową? 17
2. **Zawartość firmowej strony internetowej** 20
 - Co powinno znaleźć się na stronie internetowej firmy? 20
 - Co to jest newsletter? 24
 - Co to jest blog firmowy i jak go pisać? 24
3. **Pomiar popularności witryny** 28
 - Jak mierzy się oglądalność strony internetowej? 28
 - Co można wyczytać ze wskaźników popularności strony? 31
 - Jakie są źródła ruchu na stronie internetowej? 32
 - Dla kogo Google Analytics? 34
 - Dla kogo GemiusTraffic? 35
 - Jak korzystać z systemu statystyk Google Analytics? 36
 - Jak przeprowadzić badania jakościowe użytkowników? 37
4. **Obecność strony internetowej w wyszukiwarce Google** 40
 - Na czym polega marketing w wyszukiwarkach? 40
 - Dlaczego Google? 42
 - Czym jest pozycjonowanie strony internetowej? 44
 - Czym jest PageRank i jak pozyskiwać linki dla strony internetowej? 47
 - Jak zbudować stronę przyjazną wyszukiwarce? 49
 - Kiedy warto przeprowadzić audyt SEO witryny internetowej? 51
 - Jak pisać tekst, by dobrze pozycjonował się w Google? 52
 - Czym jest „black hat SEO”? 52
 - Jak wybrać firmę świadczącą usługi pozycjonowania? 53
 - Czy warto reklamować się w Google? 57

- Jak badać skuteczność działań reklamowych w Google? 60
- Jak optymalizować kampanię w Google Adwords? 61
- 5. Promowanie się w internecie 64**
 - Do jakich odbiorców można dotrzeć w internecie? 64
 - Jakie są metody promocji w sieci i które z nich wybrać? 65
 - Czym jest marketing szeptany? 69
 - Jak wykorzystać potencjał urządzeń mobilnych? 73
 - W jakich katalogach i wyszukiwarkach firm warto być obecnym? 75
 - Jak zorganizować konkurs w internecie? 76
 - Czy promować firmę za pomocą blogu eksperckiego? 78
 - Jak prowadzić internetowe centrum prasowe? 80
 - Czy w portalu trzeba oddzielać treści reklamowe od redakcyjnych? 85
 - Jak współpracować z agencją, której firma zleca promocję w internecie? 85
- 6. Reklamowanie się w internecie 90**
 - Dlaczego warto reklamować się w sieci? 90
 - Jakie są rodzaje reklam internetowych? 92
 - Jakie są modele emisji reklam internetowych? 93
 - Jak mierzy się skuteczność reklam internetowych? 94
 - Jakie są formy reklamy display? 95
 - Jak rozesłać skuteczny mailing reklamowy? 100
 - Które formy reklamy internetowej są najskuteczniejsze? 104
 - Czy warto kupować reklamę wideo? 107
 - Czy warto reklamować się na zdjęciach? 109
 - Jak reklamować się kontekstowo w internecie? 111
 - Gdzie kupuje się reklamę internetową? 113
 - Na jakie praktyki portali internetowych powinni uważać reklamodawcy? 116
 - Jak rozwija się rynek reklamy internetowej? 119
- 7. Promocja firmy w mediach społecznościowych 122**
 - Na czym polega siła mediów społecznościowych? 122
 - W jakich portalach społecznościowych warto być obecnym? 123
 - Jak założyć profil firmy na Facebooku i pozyskać fanów? 124
 - Z jakimi zagrożeniami musimy się liczyć, utrzymując konto w portalu społecznościowym? 128
- 8. Sprzedaż produktów przez internet 130**
 - Co trzeba zrobić, aby uruchomić sklep internetowy? 130
 - Jak zadbać o użyteczność sklepu internetowego? 133
 - Jakie rodzaje płatności internetowych powinien udostępniać e-sklep? 141
 - Jakie metody dostawy produktów powinny być dostępne w sklepie internetowym? 142
 - Jak monitorować statystyki sprzedaży? 142

Jak zwiększać konwersję w sklepie internetowym?	143
Jak promować sklep internetowy?	145
Jak reklamować się w porównywarkach cen?	146
Jak wykorzystać newsletter do promocji sprzedaży?	148
Czy warto sprzedawać produkty przez Allegro?	149
Co to są zakupy grupowe?	156
Jacy są klienci sklepów internetowych i co w nich kupują?	158
Jak rozwija się handel internetowy w Polsce?	160
Jakie są polskie sklepy internetowe?	161
9. Sprzedaż produktów i usług finansowych w sieci	164
Jak działa firma zajmująca się pośrednictwem finansowym on-line?	164
Na sprzedaży jakich produktów finansowych zarabia się najwięcej?	165
Jakich produktów finansowych użytkownicy najczęściej szukają za pomocą Google?	166
Samemu czy z pośrednikiem finansowym on-line?	167
Dlaczego klienci kupują u pośredników?	171
Masz własną stronę WWW? Możesz zarabiać na e-finansach!	174
Finansowe społeczności w internecie – czy tu są pieniądze?	176
10. Badania internetu	179
Co pokazuje Megapanel PBI/Gemius?	179
Czym jest badanie Alexa.com?	184
Jakie narzędzia badawcze oferuje Google?	189
11. Działalność w internecie – kwestie prawne	193
Jak założyć firmę działającą w internecie?	193
Jakie są wymagania dotyczące ochrony danych osobowych użytkowników witryny?	198
Jak stworzyć regulamin sklepu internetowego?	201
Zabezpiecz się!	205
Indeks	207