

**Niech Cię widzą w sieci! : blog lub serwis branżowy od podstaw /
Grzegorz Miłkowski. – Gliwice, copyright © 2020**

Spis treści

| | |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| Od autora | 9 |
| Część I. Polityka redakcyjna Twojej firmy | 11 |
| Rozdział 1. Content marketing nie jest o Tobie, tylko o Twoich odbiorcach | 13 |
| Mój klient, czyli kto? | 14 |
| Zacznij od zdefiniowania celów | 15 |
| Rozpoznaj potrzeby swoich odbiorców | 15 |
| Komunikaty adekwatne do odbiorców | 16 |
| Jak poznawać się z odbiorcą? | 17 |
| Media własne | 17 |
| Google Analytics | 18 |
| Monitoring Internetu | 18 |
| Kampanie CPC | 19 |
| Remarketing | 19 |
| Jak zbudować personę z twarzą? | 20 |
| Rozdział 2. Jak budować komunikację contentmarketingową wspierającą sprzedaż? | 23 |
| Wiadomości klucze, które zapełnią Twój koszyk | 24 |
| Narzędzia contentmarketingowe wspierające sprzedaż | 25 |
| ROI, czyli zwrot z inwestycji w content marketing | 28 |
| Biznes pełen treści | 29 |
| Część II. Budowa serwisu brandedcontentowego – pierwsze kroki | |
| Rozdział 3. Typ domeny internetowej ma znaczenie | 33 |
| Serwis w domenie firmowej | 33 |
| Serwis we własnej domenie, czyli niezależny blog lub portal firmowy | 34 |
| Jak skonstruować niezależną domenę dla bloga lub portalu? | 36 |
| Rozdział 4. O technikaliach dla humanistów, czyli co technicznego każdy redaktor wiedzieć powinien | 39 |
| Dobry dom dla treści, czyli wybór hostingu | 39 |
| Wybór silnika dla Twojego serwisu | 43 |

| | |
|------------------------------------------------------------------------------|------------|
| Rozdział 5. Jak powinna wyglądać treść, żeby była wiarygodna? | 45 |
| Wygląd serwisu — pierwsze wrażenie ma znaczenie | 45 |
| Czy projektowanie graficzne serwisu od zera jest konieczne? | 46 |
| Wygląd serwisu dostosowany do liczby publikacji | 48 |
| Logo przystosowane do wysokich rozdzielczości | 51 |
| | |
| Rozdział 6. Mobile first, mobile only... | 53 |
| | |
| Rozdział 7. Bezpieczeństwo Twojego serwisu | 61 |
| Zabezpieczenie WordPressa | 61 |
| Zadbaj o kłódkę przy adresie WWW, czyli bezpieczne przesyłanie danych | 63 |
| Konta użytkowników i uprawnienia | 64 |
| | |
| Część III. Struktura treści w serwisie brandedcontentowym | 67 |
| | |
| Rozdział 8. Kategoryzacja w serwisie, czyli tzw. menu marketing | 69 |
| | |
| Rozdział 9. Jak budować serwis w zgodzie z SEO? | 73 |
| Adresy URL | 74 |
| Linki | 75 |
| Polityka treści | 78 |
| Konstrukcja treści w Twoim serwisie brandedcontentowym | 79 |
| Poprawność kodu Twojego serwisu | 81 |
| Mikroformaty | 83 |
| Zdobywanie linków | 83 |
| | |
| Rozdział 10. Struktura artykułu | 85 |
| Umieszczenie tytułu artykułu | 86 |
| Grafika główna — co się klika? | 88 |
| Podpisy pod ilustracjami | 89 |
| Szerokość kolumny | 93 |
| Interlinia i wielkość fontów | 93 |
| Śródtytuły | 94 |
| Stopka autora pod artykułem | 96 |
| | |
| Rozdział 11. Zbuduj mosty między swoimi treściami | 99 |
| Crosslinkowanie treści | 99 |
| Doładowywanie artykułów | 102 |
| | |
| Rozdział 12. Generowanie leadów za pomocą bloga lub portalu firmowego | 107 |
| Numer telefonu vs adres e-mail | 107 |
| Ogranicz liczbę pól w formularzu | 111 |
| Pop-up — denerwuje czy konwertuje? | 112 |

| | |
|--------------------------------------------------------------------|------------|
| Exit pop-up | 117 |
| MailWall | 118 |
| Chatbot | 122 |
| Rozdział 13. Co na to prawo? | 127 |
| Polityka prywatności | 128 |
| Obowiązek informacyjny | 129 |
| Zgody marketingowe | 131 |
| Treść biznesu | 137 |
| Podziękowania | 139 |
| Polecam lekturę serwisów, które wzbogacą Twoją wiedzę o marketingu | 141 |

oprac. BPK