

OBSAH

1. SEO A VYHLEDÁVÁNÍ

1.1 HISTORIE, VÝVOJ, TERMINOLOGIE, BLACKHAT, WHITEHAT – MAREK PROKOP

str. 9 SEO je mnohem starší, než si myslíte. Marek Prokop glosuje o „prehistorické době vyhledávačů“ a také o tom, proč se doba internetová dělí na dobu před a po Google.

1.2 SOUČASNOST A SEO, SEO VS. INBOUND? PŘESAHY SEO. MĚRITELNOST SEO – PAVEL UNGR

str. 16 SEO umírá. Nebo je snad mrtvé? Pavel Ungr vám naservíruje 15 důvodů, proč je SEO stále ve hře. Nevěříte? Buďte Inbound!

1.3 ÚVOD DO LINKBUILDINGU A ZÁKLADNÍ TECHNIKY – ZDENĚK DVOŘÁK (LINKI)

str. 26 Linkbuilding je budování zpětných odkazů. Význam tohoto slova chápeme jen pouhým překladem. Ale je to s ním skutečně tak jasné a jednoduché?

2. PLACENÁ REKLAMA

2.1 HISTORIE, SMYSL, VELIKOST TRHU, SEARCH VS. OBSAHOVÉ SÍTĚ – VĚRA KOUKALOVÁ

str. 41 Hutná a fundovaná studie o placené reklamě. Nechybí ani kapitolka věnovaná vývoji a zajímavým datům z českého prostředí.

2.2 ÚVOD DO REKLAMY VE VYHLEDÁVÁNÍ – PETRA BRODILOVÁ

str. 50 V České republice vyhledává 57 % lidí produkty na Internetu ještě dříve, než si je ve skutečnosti koupí. A většina vyhledávání probíhá přes Google nebo Seznam. Jak toho využít?

2.3

str. 56

ÚVOD DO REKLAMNÍCH SÍTÍ – JAN ZDARSA

Jako inzerent byste měli vědět, že v ČR můžete nakupovat ve 4 skupinách reklamních sítí. A proč pro každou z nich platí jiná pravidla? Jak na to, poradí Jan Zdarsa!

2.4

str. 61

REMARKETINGOVÉ TECHNIKY – JINDŘICH FÁBORSKÝ

Remarketing je technika, která má za úkol přivést uživatele zpět na stránku, kterou již navštívil. Ano, máte pravdu. Je to spíše disciplína.

2.5

str. 67

ÚVOD DO PLATFOREM ADWORDS A SKLIK A JEJICH ROZDÍLY – ROBERT ŠTÍPEK

Od aukce k prokliku a mnohem dál. Robert Štípek si klade otázku, jestli Sklik dokáže držet krok s globálním gigantem a kde máme inzerovat.

2.6

str. 72

KDE STOJÍ REKLAMA NA FACEBOOKU A NÁVOD NA JEJÍ POUŽITÍ – ZDENĚK LINC

Jenom v ČR se na Facebooku pohybuje kolem 60 % uživatelů Internetu. V řeči čísel jsou to téměř 4 miliony potenciálních zákazníků. Přečtete si, jak tyto uživatele oslovit.

2.7

str. 80

NÁKUP DISPLAYE, RTB, DALŠÍ TRENDY A TECHNIKY – LUCIE APPLTAUEROVÁ

Věděli jste, že v naší zemi tvoří bannerová neboli display reklama téměř 50 % investic do Internetu? Jak ji nakupovat a jaké jsou aktuální trendy, to vše se dozvíte právě v tomto článku.

3. WEBOVÁ ANALYTIKA

3.1

str. 88

HISTORIE, SMYSL, ÚVOD DO ANALYTIKY – PAVEL JAŠEK

Co je to webová analytika, jaké je její nejčastější využití a jak je to s měřením a analýzou, v kostce představí Pavel Jašek.

3.2

str. 100

ÚVOD DO GOOGLE ANALYTICS – GEMMA MUÑOZ

Historii nástrojů pro webovou analýzu a základní funkce Google Analytics pod taktovkou Gemmy Muñoz.

3.3 **PROBLEMATIKA MĚŘENÍ KONVERZÍ A LEHKÝ ÚVOD DO ATRIBUCÍ – MATTHIAS BETTAG**

str. 107 Přemýšleli jste někdy o tom, že konverze je vlastně měna marketingu? Matthias vás nasměruje, jak se zamyslet nad efektivními atribučními modely.

3.4 **DALŠÍ ANALYTICKÉ NÁSTROJE – MARTIN SNÍŽEK**

str. 116 Uvažujete nad tím, že vyměníte Google Analytics za placený analytický nástroj? O nesamplovaných datech a nastavitelnosti se rozepsal Martin Snížek.

4. SOCIÁLNÍ MÉDIA

4.1 **ÚVOD A HISTORIE SOCIÁLNÍCH SÍTÍ – BRIAN CARTER**

str. 121 Facebook, Twitter, YouTube, LinkedIn – jde vám z toho hlava kolem? Brian vám poradí, jak ovládnout sociální síť.

4.2 **CO JE TO MARKETING NA SOCIÁLNÍCH SÍTÍCH A JAKOU ROLI HRAJE OBSAH? – ADAM ZBIEJCZUK**

str. 131 O tom, že facebooková revoluce už je za námi a proč nevnímat sociální síť jako další marketingovou platformu, píše Adam Zbiejczuk.

4.3 **KONKRÉTNÍ PŘÍPADY A NÁHLEDY NA MARKETING NA FACEBOOKU – JAN PODZIMEK**

str. 138 Víte, jak vypadá průměrný uživatel Facebooku? Jan Podzimek se zamýšlí také nad tím, jak má vypadat firemní profil, a podělí se s vámi o vybrané případové studie

4.4 **ÚVOD DO VYUŽÍVÁNÍ LINKEDINU A UKÁZKA FUNKČNÍCH KAMPANÍ – MICHAELA NÁPLAVOVÁ**

str. 146 

5. DALŠÍ TECHNIKY ONLINE MARKETINGU

5.1 **CONTENT MARKETING A JEHO PROPOJENÍ S OSTATNÍMI TECHNIKAMI – NEIL PATEL**

str. 153 Krátká a úderná příručka Content Marketingu. přečtete si, co všechno musíte mít, než začnete prodávat.

5.2

str. 159

E-MAIL MARKETING – JAN PENKALA

Jak budovat e-mailovou databázi a jaké metody použít pro navázání kontaktu se zákazníky poradí Jan Penkala.

5.3

str. 167

BRANDING NA INTERNETU – VYUŽITÍ ONLINE KAMPAŇÍ PRO BUDOVÁNÍ BRANDU – ONDŘEJ SLÁMA

Zamyšlení Ondřeje Slámy o tom, jaké to je, když se tabulky smíří se značkou. Pohled na výkonnostní marketing tak trochu z jiné stránky.

5.4

str. 173

VIDEOMARKETING A JEHO PROPOJENÍ S OSTATNÍMI KANÁLY – PHIL NOTTINGHAM

Všichni se na něj občas díváme, ale víme, jaké opravdu je? Co je to video a jak zvýšit jeho potenciál, poradí Phil Nottingham.

5.5

str. 183

MOBILE – PŘÍPADOVÉ STUDIE

Mobilní aplikace jsou na vzestupu, o tom žádná. Případové studie, aktuální stav mobilních aplikací v ČR a zamyšlení nad rozpočty – to všechno pěkně pohromadě.

6. BONUSOVÉ MATERIÁLY

6.1

str. 192

ROZHOVOR: PAVEL UNGR -> EVAN FISHKIN

6.2

str. 199

ROZHOVOR: PETRA VĚTROVSKÁ -> PHIL PEARCE

6.3

str. 206

ROZHOVOR: MEDIAGURU -> BRIAN CARTER