

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение	7
Часть I. КОНТЕНТ: И ВСЕ-ТАКИ ЭТО ВАЛЮТА!	33
Глава 1. Что такое контент-маркетинг, зачем он вам нужен и как максимально увеличить его эффективность?	35
Глава 2. Анализируем ваш сетевой и мобильный контент	73
Глава 3. Проводим исследование по ключевым словам и конкурентный анализ	102
Глава 4. Оптимизируем ваш сетевой и мобильный контент	130
Часть II. КОНТЕНТ ДЛЯ СЕТИ	159
Глава 5. Контент сайтов, включая практические кейсы, электронные книги, технические описания и статьи	161
Глава 6. Пресс-релизы и пресс-центры	205
Часть III. КОНТЕНТ ДЛЯ СООБЩЕСТВ И МОБИЛЬНЫЙ КОНТЕНТ	231
Глава 7. Контент для социальных сетей	233
Глава 8. Блогинг как способ установить контакт с существующими и потенциальными клиентами	273
Глава 9. Использование возможностей контента электронных писем, автоматических рассылок, новостных бюллетеней и других форматов для формирования взаимоотношений	292
Глава 10. Видеоконтент	318
Глава 11. Аудиоконтент: подкасты, вебинары и многое другое	349
Глава 12. Мобильный контент	366
Глава 13. Собрать все воедино: запуск вашего механизма контент-маркетинга	398
Заключение	429