

Оглавление

Предисловие	9
Введение. Измениться или умереть?	13

Часть I. Социальные медиа — удел хиппи.

Маркетинг в социальных медиа — удел
бизнеса

Глава 1. Не верьте поднятому ажиотажу. Доверяйте только фактам	25
Глава 2. Дело не в них, дело — в вас.....	47
Глава 3. А может, ваши конкуренты уже впереди?	67
Глава 4. Секрет в том, что никакого секрета нет!.....	81

Часть II. Как работает маркетинг в социальных медиа

Глава 5. Поднимите шум: о вашем бренде должны знать!.....	101
Глава 6. Игра на своем поле: маркетинг в социальных медиа для защиты репутации компаний	125
Глава 7. Маркетинг в социальных медиа и связи с общественностью	147

Глава 8. Эффект «кумбая»: маркетинг в социальных медиа как средство построения сообщества	171
Глава 9. Как улучшить работу службы поддержки клиентов	193
Глава 10. Маркетинг в социальных медиа для исследований и разработок	211
Глава 11. Увеличение объема продаж	229
 Часть III. Хватит сидеть на месте!	
Глава 12. Избавьтесь от опасений с помощью разумной политики.....	249
Глава 13. Распределение обязанностей и контроль над ситуацией	269
Глава 14. Это не игрушки, это — бизнес	287
Глава 15. Еще раз о пользе маркетинга в социальных медиа	299
От авторов	313
Примечания	315