

ОГЛАВЛЕНИЕ

Список рисунков хi

Предисловие iv-

Благодарности xv

ВВЕДЕНИЕ 1

Взгляд в неверном направлении 1

Сосредоточьтесь на пути потребителя 1

Человеческий фактор 2

Крушение традиций 2

Обратно к истокам 2

ЧАСТЬ I. Мобильный маркетинг в перспективе 5

1. ВВЕДЕНИЕ 7
2. РАЗБИРАЕМСЯ В ПУТИ ПОТРЕБИТЕЛЯ 9

Технология ради технологии 10

Путь потребителя и контекст 11

Мобильный и многоканальный маркетинг 12

Мультиэкранный путь 13

Примеры пути потребителя 14

Локальные цели 17

Контент-маркетинг 18

Этапы пути потребителя 20

Контент-карты 22

Конкурентное предложение и путь потребителя 23

1. ПЕРЕМЕНЫ И ВНЕДРЕНИЕ ТЕХНОЛОГИЙ 25

Сорок лет радикальных перемен 25

Интегрированные устройства 26

Распространенность смартфонов 26

Глобальные различия 27

Бенчмаркинг 28

1. СДВИГ И ИНТЕГРАЦИЯ 33

Падение магазинной империи 34

Удобство, выбор и прозрачность 35

Культура бизнеса 36

Концепция единого представления клиента 36

Следующий этап: автоматизация маркетинга 38

Мобильные технологии как двигатель перемен 39

1. УСТРОЙСТВА, ПЛАТФОРМЫ И ТЕХНОЛОГИИ.

ПОЧЕМУ ЭТО НЕВАЖНО 43

Совместимые с мобильными устройствами — не значит

оптимизированные под них 43

Технология бросает вызов 44

Сегментирование целевой аудитории 46

Безотказная технология 46

1. БУДУЩЕЕ МОБИЛЬНОГО МАРКЕТИНГА 47

Развитие по экспоненте 47

Технология как движущая сила 49

Ближайшее будущее 50

Упрощение 52

Отдаленное будущее 54

Предсказание гарантированного будущего 55

ЧАСТЬ II. Тактический инструментарий 57

1. ВВЕДЕНИЕ 59
2. МОБИЛЬНЫЕ САЙТЫ И ОТЗЫВЧИВЫЙ ДИЗАЙН 61

Начнем с основ 61

Вариации мобильных сайтов 63

Принципы мобильного дизайна.

Мобильные и десктопные версии 68

Технологии и их язык 69

Отзывчивый дизайн на деле 71

Трехэтапное руководство «на скорую руку» по веб-сайтам

с отзывчивым дизайном 71

Клиентоориентированный подход к разработке мобильных сайтов .. .79

Мобильные сайты: выводы 88

1. МОБИЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ И ЭЛЕКТРОННАЯ ПОЧТА 89

В фокусе — мобильные пользователи 89

В фокусе — релевантность 91

Электронная почта и путь потребителя 92

Выбор провайдера электронной почты 96

Подписка на рассылку и формирование списка 97

Сегментация списка рассылки 99

Шаблоны и дизайн электронных писем 102

ЕтаП-маркетинг: выводы 110

1. КАК РАЗРАБОТАТЬ ПРИЛОЖЕНИЕ 111

Поддержка конкурентного предложения 112

Процесс разработки приложения 113

Техническое задание и каркасное моделирование 114

Дизайн интерфейса и визуальный дизайн 117

Техническая разработка и тестирование 117

Отправка приложения в магазин 119

Маркетинг приложения 119

Обслуживание приложения 121

Клиентская поддержка 122

Фрилансеры или агентства? 122

Платформозависимые и сетевые приложения 126

Платформенные войны 128

Разработка приложений: выводы 130

1. СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ И МОБИЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ 131

Путь потребителя и конкурентное предложение 131

Общение в соцсетях с мобильных устройств 132

Информированный подход к соцсетям 133

Концепция поведения и планирование 140

Информирование, вовлеченность и эгосерфинг 141

Измерение общественного мнения 146

Реклама в соцсетях 149

Общение в соцсетях с мобильных устройств: выводы 151

1. МОБИЛЬНЫЙ ПОИСК 153

Что такое мобильный поиск? 153

Результаты поиска на настольных и мобильных устройствах 154

Поисковая оптимизация (SEO) 158

Линкбилдинг 172

Мобильное SEO: выводы 176

Платный поиск 177

Основы контекстной рекламы 178

Важные соображения относительно контекстной рекламы 184

Работа с агентствами контекстной рекламы 185

Мобильное SEO и контекстная реклама: действуя сообща 186

Мобильный поиск: выводы 187

1. МОБИЛЬНАЯ РЕКЛАМА 189

Цели мобильной рекламы 190

Реклама в приложениях 191

Рекламные сети или владельцы ресурсов 191

Опции таргетинга 193

Креативные опции 195

Свойства мобильной рекламы 196

Отчетность и аналитика в рекламе 198

Мобильная реклама: выводы 198

1. ДОПОЛНЕННАЯ И ВИРТУАЛЬНАЯ РЕАЛЬНОСТЬ 201

Взгляд на дополненную реальность 201

Уровни освоения 204

За пределами визуальной ДР 205

Взгляд на виртуальную реальность 206

Виртуальная реальность и мобильная ниша 207

Виртуальная реальность и панорамные изображения 209

Виртуальная реальность и инновации 210

Дополненная и виртуальная реальность: выводы 210

1. QR-КОДЫ 211

QR-коды в перспективе 212

Прикладное применение 214

Внедрение QR-кодов 214

Самое главное о QR-кодах 215

Пусть ваш QR-код будет красивым! 215

Практическое руководство по использованию QR-кодов

в реальном мире 217

QR-коды: выводы 218

1. УСТРОЙСТВА И МАЯЧКИ С ПРИВЯЗКОЙ

К МЕСТОПОЛОЖЕНИЮ 219

Сервисы с привязкой к местоположению 219

Чек-ин с привязкой к местоположению 220

Интеграция данных 220

Маячки и их возможности 221

Внедрение маячков: выводы 224

1. БЕСПРОВОДНАЯ СВЯЗЬ НА КОРОТКИХ РАССТОЯНИЯХ

(NFC) И МОБИЛЬНЫЕ ПЛАТЕЖИ 225

Беспроводная связь на коротких расстояниях 225

Мобильные платежи 227

1. МЕССЕНДЖЕРЫ И СМС 229

Мессенджеры или СМС: взгляд на перспективу 229

Личный характер СМС 230

Виды СМС-коммуникаций 230

СМС со ссылками на приложения 232

Мессенджер-боты и онлайн-консультанты 232

Мессенджеры и СМС: выводы 234

1. МОБИЛЬНАЯ АНАЛИТИКА 235

Чудеса Google Analytics 235

Настройка Google Analytics 237

**Основные отчеты 237**

**Многоканальные воронки 247**

**Код отслеживания 250**

**ЧАСТЬ III. Чек-листы для мобильного маркетинга 253**

1. ВВЕДЕНИЕ 255
2. ЧЕК-ЛИСТЫ 257

**Стратегия мобильного маркетинга 257**

**Разработка мобильных сайтов 258**

**Создание приложения 259**

**Социальные сети и мобильный маркетинг 260**

**Мобильный поиск 261**

1. ЗАКЛЮЧЕНИЕ 263

*Источники* 265

*Именной указатель* 272

*Предметный указатель* 273

|  |
| --- |
| **Titlu:** Мобильный маркетинг: мобильные технологии – революция в маркетинге, коммуникациях и рекламе |
| **Autor:** Дэниел Роулс |
| **Locul, editura, anul ediţiei:** М.: Олимп-Бизнес, 2019 |
| **Cota:** 339.138 Р 79 |
| **Localizare:** Sala de lectura N 1 (1 ex.) |