

Spis treści

Wstęp	7
Rozdział 1. Panorama mediów społecznościowych	15
Dziki Zachód	16
Social jest stary!	19
1, 2, 3, internet	20
Człowiek jest najważniejszy	24
Nowe media dla nowego człowieka	27
Nowe media (nie) są bezpłatne!	28
Nie ma Cię w socialu, to znaczy, że i tak jesteś w sieci	30
Social media — co jest czym?	31
Rozdział 2. Od koncepcji do działania, czyli social media marketing	33
Marketing pod strzechy!	36
Najtrudniejszy...	37
Komputer czy jabłko?	38
Naszą siłą będzie treść	39
Analiza rynku — gdzie jest konkurencja? Gdzie są moi odbiorcy?	41
Monitoring social mediów — jak go wykorzystać?	45
Obsługa klienta w social mediach — jak prowadzić ją efektywnie?	57

Rozdział 3. Przegląd narzędzi	69
Facebook	70
Facebook Messenger	106
Twitter	114
YouTube	132
Blogosfera	154
Mikroinfluencerzy	174
Visual content	176
LinkedIn	203
Przydatne narzędzia socialowca	217
Rozdział 4. Social biznes, czyli media społecznościowe w działaniu firmy — przyszłość czy teraźniejszość?	225
So-lo-mo	226
Hipsteryzacja	227
Internet rzeczy	228
Social biznes	229
Social selling	232
Społeczna odpowiedzialność	234
Rozdział 5. #człowiek — trend numer jeden w 2018 roku i później?	237
Mniej stocka, więcej życia	238
Mniejszość też ma znaczenie?	240
Treść — klucz do serc i umysłów	242
Długi ogon nadaje ton	244
Każdy z nas jest medium	246
Podziękowania	251