

A B Í B L I A D O
MARKETING
DIGITAL

**TUDO O QUE VOCÊ QUERIA SABER SOBRE
MARKETING E PUBLICIDADE NA INTERNET
E NÃO TINHA A QUEM PERGUNTAR**

Claudio Torres

Novatec

Sumário

Sobre o autor	11
Prefácio	12
Introdução	15
A Internet como mídia	15
O que você vai ler	17
Capítulo 1 ■ A Internet do consumidor	19
Novos concorrentes	21
Como e por que chegamos aqui	22
O sorvete social	22
As lições do consumidor	24
A Internet no Brasil e a pesquisa do Comitê Gestor	25
O comportamento do consumidor on-line	29
Ambiente on-line	38
O que vimos até aqui	44
Capítulo 2 ■ Conceitos do marketing digital	45
O Rei e seu sucessor	46
Terminologias mais comuns	48
Os websites e acessórios	52
Marketing digital	61
Marketing de conteúdo	72
Marketing nas mídias sociais	74
E-mail marketing	75
Marketing viral	76
Pesquisa on-line	77
Publicidade on-line	78
Monitoramento	79
Uma palavra sobre o mobile marketing	79
O que vimos até aqui	80
Capítulo 3 ■ Marketing de conteúdo	81
Relevância do conteúdo	83
YouTube, por que ele vale tanto?	84
A estória da empresa de táxi	86
Criação do marketing de conteúdo	87
Importância do marketing de busca	92
Blogs profissionais e empresariais	95

Plataforma de conteúdo	98
Regras básicas de implementação	101
Divulgação constante	103
O que vimos até aqui	109
Capítulo 4 ■ O poder das mídias sociais	110
O cadeado da bicicleta	112
O que são mídias sociais	113
Marketing nas mídias sociais	114
Mergulhando no rio	121
Blogs e blogosfera	123
YouTube, Broadcast Yourself	134
Orkut, O Rei no Brasil	137
Facebook, o caderno universitário	140
MySpace, o primeiro	143
LinkedIn, a vez dos profissionais	146
Twitter, uma nova forma de interação	149
Outras mídias e redes sociais	152
Trabalhando com mídias sociais	154
O que vimos até aqui	164
Capítulo 5 ■ E-mail marketing	166
O que é spam	168
Obtenção de resultados	169
Criação e manutenção de um banco de dados que funcione	176
Boas maneiras no e-mail marketing	180
Vantagens do e-mail marketing	182
Limitações do e-mail marketing	185
Marketing da mobilidade	187
O que vimos até aqui	188
Capítulo 6 ■ Marketing viral	189
O que é marketing viral	191
Relógio viral	192
Estrutura de uma ação viral	193
Regras do marketing viral	197
Criação com foco no marketing viral	201
Marketing viral que funciona	207
O que vimos até aqui	212
Capítulo 7 ■ Pesquisa on-line	213
“A verdade está lá fora”	215
Pesquisar o quê?	216
Estrutura de uma pesquisa on-line	218
Avaliação e classificação de sites	222
Pesquisa de mídias on-line	225
Pesquisa de opinião do consumidor	227
Pesquisa de concorrentes	230

Monitoramento de mídias	232
Monitoramento de marcas e produtos.....	238
O que vimos até aqui	239
Capítulo 8 ■ Publicidade muito além dos banners	240
Mídias na Internet	241
Utilidade dos banners	245
Podcasting	251
Videocasting	254
O mundo dos widgets	258
Marketing de jogos.....	264
Crie sua própria mídia	267
O que vimos até aqui	272
Capítulo 9 ■ Monitoramento e medição	273
Conceitos básicos.....	275
Estratégias de monitoramento	278
Uso na publicidade	284
Google Analytics.....	286
O que vimos até aqui	294
Capítulo 10 ■ O fenômeno Google.....	295
Por que o Google é o Google?.....	299
Busca orgânica.....	302
Links patrocinados	306
Rede de conteúdo	307
Google Analytics.....	308
Google Webmasters	308
O iGoogle e os widgets.....	309
Google Maps	310
Uso do Google nas campanhas	312
O que vimos até aqui	314
Capítulo 11 ■ Uso do Google AdWords.....	316
Conceitos básicos.....	317
Principais funções.....	321
Diretrizes editoriais.....	331
Uso na publicidade	337
Campanhas de banner	343
O que vimos até aqui	345
Capítulo 12 ■ O que vem por aí?.....	346
Aprendendo com Obama	347
A Web 3.0.....	349
Tendências mundiais.....	352
O que está visível	353
O novo consumidor	357
O que vimos até aqui	358
E agora?.....	359

Apêndice A ■ Alfabetização digital.....	360
Identidade digital.....	360
Comunicação digital.....	362
Ações de marketing digital	364
Apêndice B ■ Erros mais comuns nos sites	366
Teste, teste, teste	366
Lojas virtuais.....	367
Navegabilidade	368
Design agradável.....	370
O conteúdo é Rei	372
Apêndice C ■ Bibliografia digital	373
Mídias e redes sociais	373
Sites colaborativos.....	374
Agregadores de links	374
Agregadores de notícias.....	375
Código aberto.....	376
Blogs e sites	376
Outras fontes de referência	377
Apêndice D ■ Marketing digital deste livro	378
Marketing de conteúdo	378
Marketing nas mídias sociais	379
Marketing viral	379
E-mail marketing	380
Publicidade on-line.....	380
Pesquisa on-line.....	380
Monitoramento	381
Apêndice E ■ Roteiro prático.....	382
Marketing de conteúdo	382
Marketing nas mídias sociais	383
E-mail marketing	384
Marketing viral	384
Pesquisa on-line.....	385
Publicidade on-line.....	386
Monitoramento on-line.....	386
Google	387
Links patrocinados	388
Mantendo-se conectado ao futuro	388
Recomendações finais	389
Glossário.....	390
Bibliografia.....	394
Índice remissivo	395