

TEMAT NUMERU:**INFLUENCER MARKETING
KROK PO KROKU**

VIP – 10 PYTAŃ DO...

- 1** VIP – 10 pytań do Przemysława Pająka

TEMAT NUMERU

- 3** Czas mikroinfluencerów. Potencjał współpracy z nimi w pięciu krokach
- 7** Jak wybrać influencera do kampanii? Segmentacja, brief i nawiązanie współpracy krok po kroku
- 12** Kryzysy i wyzwania we współpracy z liderami opinii – jak zapobiegać, monitorować i współpracować z najbardziej wymagającymi osobowościami?
- 15** Pomiędzy trendem a streamem – influencer marketing na TikToku, Twitchu i Snapchacie, czyli jak skutecznie trafić do młodych
- 18** Jak influencer może wpłynąć na pozycję Twojej strony w wyszukiwarce?
- 21** Jakościowy influencer marketing – dekalog dla marek
- 26** Jak prześwietlić influencera? Przegląd przydatnych narzędzi, istotnych statystyk i kluczowych mierników
- 30** Instrukcja profesjonalnego influencer marketingu. Jak powstają najlepsze kampanie z influencerami?
- 33** Niszowe branże a influencer marketing – czy warto?
- 36** Pandemia influencerów
- 39** Najważniejsze rzeczy, które musisz wiedzieć o influencer marketingu w B2B

TRENDY WWW

- 42** Projektowanie mobile first – fakty i mity o trendach WWW w czasach smartfonów i tabletów

PROGRAMMATIC

- 45** Dane lokalizacyjne w programmatic – jak precyzyjnie dotrzeć do odbiorcy w świecie mobilnym?

SOCIAL MEDIA

- 48** Pinterest – reklamy, które wpływają na wyobraźnię
- 51** Firma na LinkedInie – siedem zasad tworzenia dobrej strony firmowej

PRAWO DLA MARKETERA

- 54** Jaką prawną niespodziankę może spowodować influencer Twojej marce?

CONTENT MARKETING

- 56** Content marketing – jak zacząć i jak robić to dobrze?
- 59** Platforma medium, czyli gdzie się chwalić contentem?
- 63** Mikrocopy, czyli niemy sufler na Twojej stronie
- 66** Jak napisać profesjonalny artykuł na blog? Sztuka webwritingu i copywritingu w pigułce

ANALITYKA

- 69** O co chodzi z atrybucją?

W ŚWIECIE GOOGLE

- 72** Wpływ bloga i filmów na ruch organiczny z wyszukiwarki Google

FELIETON SPECJALNY

- 75** Niech to już się skończy

W OGNIU PYTAŃ

- 76** Ekspertki w ogniu pytań

BADANIE ONLINE

- 79** TOP 10 reklam wideo w telewizji i internecie wg gemiusAdReal

CASE STUDY

- 83** ROPO – analiza konsumpcji treści online oraz ich wpływu na zachowanie użytkownika na jego fizycznej ścieżce zakupowej (wizyty w sklepach). Case study – Leroy Merlin

MARKETING I SPRZEDAŻ

- 85** Schematy w kreatywności? Komunikacja marketingowa od kulis

SZLAK Z DROGOWSKAZAMI

- 89** Szlak w reklamę trafia

REKLAMA INTERNETOWA

- 94** Reklama w czasach pandemii

ADRES REDAKCJI

ul. Polska 13, 60-595 Poznań
tel. (61) 66 83 122
infolinia (61) 66 55 800
fax (61) 66 55 806
www.o-m.pl

REDAKTOR NACZELNA

Joanna Czeladzińska
joanna.czeladzinska@forum-media.pl

REDAKTOR PROWADZĄCY

Artur Maciorowski
artur.maciorowski@o-m.pl

WSPÓŁPRACA

Przemysław Pajak, Krzysztof Budzyński, Dorota Gryglak, Monika Cwiertnia, Monika Czaplicka, Ewa Ratyńska, Wojciech Maroszek, Magdalena Czeszejko-Sochacka, Patrycja Górecka-Butora, Kamil Bolek, Dominika Kucner, Magda Urbaniak, Jagoda Prętnicka-Markiewicz, Dagmara Pakulska, Cezary Różański, Dominik Karbowski, Agata Patola, Adrian Gamoń, Tomasz Palak, Adrian Serafin, Marta Michałowska, Monika Sianko, Małgorzata Malinowska, Maciej Franas, Paweł Gontarek, Maciej Orłoś, Szymon Lisowski, Franciszek Georgiew, Artur Jabłoński, Katarzyna Binert, Andrew McStay, Maciej Sawicki, Jacek Szlak, Witold Wrodarczyk

PRENUMERATA

Ewelina Angrot
tel. (61) 66 83 167
ewelina.angrot@forum-media.pl

REDAKTOR TECHNICZNY

Piotr Korytowski

PROJEKT LAYOUTU

feststudio.pl

SKŁAD I DTP

P76 Advertising

KOREKTA

Dominik Jańczak
DTP PRO

DRUK

Poligrafia Janusz Nowak Sp. z o.o.

SERWIS ZDJĘCIOWY: Adobe Stock

WYDAWCA

FORUM MEDIA POLSKA Sp. z o.o.
ul. Polska 13, 60-595 Poznań
tel. (61) 66 55 800
fax (61) 66 55 888
www.forum-media.pl

NAKŁAD: 7000 egz.

PREZES ZARZĄDU

DYREKTOR ZARZĄDZAJĄCY
Magdalena Balanicka

ZASTĘPCA DYREKTORA

ZARZĄDZAJĄCEGO
Katarzyna Wolniewicz

Redakcja nie zwraca materiałów niezamówionych oraz zastrzega sobie prawo do skrótów i redakcyjnego opracowania tekstów przyjętych do druku.

Copyright do wydania

FORUM MEDIA POLSKA Sp. z o.o.

