

## 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

## ZASTĘPCA REDAKTOR NACZELNEJ

Joanna Gruchot  
joanna.gruchot@forum-media.pl

## REDAKTOR PROWADZĄCY

Artur Maciorowski  
artur.maciorowski@o-m.pl

## WSPÓŁPRACA

Adam Zemełka, Kamil Bolek, Dawid Adamczyk, Cezary Malinowski, Tomasz Palak, Dariusz Puzyrkiewicz, Marta Michałowska, Wojciech Szymański, Jacek Szlak, Ewa Stapińska, Marta Prochot, Katarzyna Majchrzak, Andrzej Szylar, Paulina Krajewska, Patrycja Górecka-Butora, Sandra Kluza, Kinga Zehner, Ewa Kańczuk, Michał Kuliś, Oskar Hertman, Sebastian Heymann, Paweł Kudzin, Anna Gromańska, Michał Mroczek

## PRENUMERATA

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

## REDAKTOR TECHNICZNY

Piotr Korytowski

## NADZÓR GRAFICZNY

Edyta Mirecka

## PROJEKT LAYOUTU

feststudio.pl

## SKŁAD I DTP

P76 Studio

## KOREKTA

Anna Noga-Grochola

## 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

## PROKURENT

Radosław Lewandowski

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.

IZBA WYDAWCÓW PRASY



## TEMAT NUMERU:

# PSYCHOLOGIA, NEUROMARKETING I COPYWRITING

## W PRAKTYCE DIGITAL MARKETERA

### VIP – 10 PYTAŃ DO...

**2** VIP – 10 pytań do...

### TEMAT NUMERU

**5** Psychologia i perswazja w videomarketingu

**8** Neuromarketing w projektach digital – jak mierzyć emocje?

**12** Dlaczego lepiej zbadać osiem emocji w tekście, zamiast tylko analizować sentyment?

**15** Sztuczki psychologiczne w reklamie a prawo

**17** Jak wykorzystywać silne emocje w sprzedaży na przykładzie „kampanii złości”?

**20** Design (i przyjaciele) w służbie sprzedaży: krótkie historie o idealnym związku prowadzącym do zdobycia leadów

**26** Live streaming shopping – czym jest i jak wykorzystać ten trend w praktyce digital marketera

### SZLAK Z DROGOWSKAZAMI

**28** Szlak w reklamę trafia

### UX/UI

**34** Jak przetestować od A do Z serwis internetowy, e-sklep, aplikację, system...? Przegląd badań UX

**38** Projektowanie i wdrażanie formularzy online. Jak zwiększyć konwersję?

### ANALITYKA INTERNETOWA

**43** Top10 nowości w Google Analytics 4

**47** Magento – jak zwiększyć zyski za pomocą nawyków zakupowych

### CASE STUDY

**50** Żeby nie kusiło zostać w domu

### TIK TOK

**51** Money follows eyeballs, czyli fenomen TikToka

### CONTENT MARKETING

**54** Inhouse i outsourcing – która forma zamawiania treści jest dla Ciebie

**58** Jak sprzedawać słowem, czyli sztuka pisania tekstów na WWW od A do Z?

### E-COMMERCE

**64** Proces zakupowy w e-commerce – krytyczne aspekty konwersji na różnych etapach lejka sprzedażowego

**67** Sześć lekcji dla e-commerce na 2021

**72** Allegro Ads – jak reklamować, żeby zarobić?

### SEO

**76** SEO dla e-commerce w 2021 – co zrobić, gdy próg wejścia jest coraz wyższy

### EKSPERCI W OGNIU PYTAŃ

**80** Eksperti w ogniu pytań

## OBSERWUJ NAS

w social mediach i bądź na bieżąco:



<https://www.facebook.com/MagazynOnlineMarketing/>



[@onlinemarketingmagazyn](https://www.instagram.com/onlinemarketingmagazyn)



<https://www.linkedin.com/company/magazyn-online-marketing/>

[www.o-m.pl](http://www.o-m.pl)