

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

Marcin Sienkowski, Marta Michalska, Patrycja Rusnak, Dariusz Puzyrkiewicz, Dominika Kucner, Sandra Kluz, Urszula Radzińska, Magdalena Pawłowska, Patrycja Górecka-Butora, Martyna Celuch, Tomasz Prośniak, Bartosz Paczyński, Karina Hertel, Milena Majchrzak, Łukasz Rogala, Adrianna Kubik-Przybył, Jakub Trybuła, Ewa Bender, Wojciech Szymański, Piotr Marzec, Piotr Ulacha, Michał Karpiński, Jacek Szlak, Mariola Wytrwał, Karolina Kałużyńska, Tomasz Palak, Michał Mroczek

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



NAKLAD: 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.

IZBA WYDAWCÓW PRASY



TEMAT NUMERU:

CONTENT MARKETING I COPYWRITING

VIP – 10 PYTAŃ DO...

2 VIP – 10 pytań do...

TEMAT NUMERU

5 Małe jest piękne – o magii copy w wersji mikro

12 Opowiedz swój produkt

15 Copywriting na stronie www – co napisać, by sprzedać więcej – 10 złotych zasad

18 Sztuka tworzenia contentu wideo – jak tworzyć, by angażować?

22 Dekalog redaktora online – jak pisać na stronach i blogach, by angażować?

26 Jak opakować dobre treści w odpowiedni format – przegląd dostępnych rozwiązań w zależności od celu i grupy docelowej

29 Jak założyć własny podcast?

32 Ośiem sposobów na promocję i dystrybucję contentu – jak docierać do odbiorcy?

37 15 pomysłów na posty w social mediach, które angażują

42 Jak tworzyć skuteczne kreacje w komunikacji reklamowo-promocyjnej – dobre praktyki, inspiracje

SOCIAL MEDIA

46 Wygoda klientów – dlaczego wolimy oglądać niż czytać?

49 Content marketing w mediach społecznościowych – jak robić to dobrze?

SEO

52 Content i SEO – jak w 2021 r. połączyć je w szczęśliwą parę?

56 Quo Vadis, Google? Czego się spodziewać w 2021 r. w Google i jak się na to przygotować

TRENDY W DIGITALU

63 OK, boomer? Dlaczego należy przestać myśleć o pokoleniu silver w sposób stereotypowy?

ANALITYKA INTERNETOWA

67 Z kokpitu widać lepiej, czyli Google Data Studio od A do Z – konfiguracja, łączenie danych, raporty

72 Precyzyjna analityka szansą na efektywniejszą optymalizację konwersji w Twoim e-biznesie

75 Google Search Console – co każdy analityk musi wiedzieć o narzędziu dla webmasterów?

FELIETON SPECJALNY

78 W 2020 r. oglądaliśmy YouTube średnio ponad 40 minut dziennie

CASE STUDY

79 Digital Customer Journey użytkownika kupującego nowy samochód

SZLAK Z DROGOWSKAZAMI

82 Szlak w reklamę trafia

MOBILE MARKETING

89 M-commerce – strategia i optymalizacja w praktyce e-marketera

MARKETING I SPRZEDAŻ

93 Twoi klienci też grają w gry – jak się z nimi skutecznie komunikować?

PRAWO DLA MARKETERA

96 Technologia w marketingu i prawie – jakie stawia nam wyzwania?

E-COMMERCE

98 Co należy wiedzieć, aby odnieść sukces z programem partnerskim e-sklepu?