

TEMAT NUMERU:

NARZĘDZIA DIGITAL MARKETERA – OD OPTYMALIZACJI PO ANALITYKĘ

VIP – 10 PYTAŃ DO...

- 2** 10 PYTAŃ DO Stefana Batorego

TEMAT NUMERU

- 5** Narzędzia semowca. Jak identyfikować keywords, monitorować widoczność i weryfikować jakość linków przychodzących?
- 8** Ile da się wycisnąć z narzędzi SEO?
- 12** Top 15 SaaS-ów e-marketera za co faktycznie warto zapłacić, by optymalizować komunikację online?
- 15** Audyty stron internetowych – co testować i jak przeprowadzić diagnostykę witryny, landing page'a i sklepu online?
- 19** Jak tworzyć kreacje reklamowe online z wykorzystaniem gotowych narzędzi? Narzędzia kreatywne dla nie-grafika
- 24** Automatyzacja w praktyce – które platformy i rozwiązania typu SaaS zapewnią Ci komfort komunikacji o dowolnej porze?
- 30** Przegląd platform dla social media managera
- 34** Jak Cię widzą, tak... czy da się zaplanować kampanię tak, żeby była wyjątkowo widoczna? Jak zadbać o otoczenie i dotarcie do grupy docelowej?

SZLAK Z DROGOWSKAZAMI

- 37** Szlak w reklamę trafia

PRAWO DLA MARKETERA

- 41** Jak to w końcu jest z tymi memami – są legalne czy nie?

ANALITYKA INTERNETOWA

- 43** Czy warto zaprzyjaźnić się z facebook attribution?

MEDIA SPOŁECZNOŚCIOWE

- 47** Zaawansowany narzędziownik na rok 2020
- 51** Analiza social media: znane narzędzia, nieznanne możliwości

- 54** TikTok dla marketera – przewodnik dla opornych

- 57** Sales navigator vs działania organiczne. Pojedynek na narzędzia czas zacząć!

BADANIE ONLINE

- 60** Widownia online w liczbach – TV vs. digital
- 62** Lojalność dla każdego, grywalizacja dla nielicznych

TRENDY W DIGITALU

- 64** Big data – big possibility

E-COMMERCE

- 66** Gdzie szukać niestandardowych źródeł wzrostu w e-commerce? 9 Kluczowych wniosków z dedykowanego badania polskich e-kupujących

FELIETON EKSPERTA

- 69** Koniec kolejnego cyklu technologicznego? Co przyniesie nowy, cyfrowy 2020 rok?

REKLAMA INTERNETOWA

- 70** Sztuka pozyskiwania wartościowego leada
- 74** Narzędzia do generowania leadów, które musisz poznać

CASE STUDY

- 78** Performance content marketing dla marki Orange: case study

W OGNIU PYTAŃ

- 80** Eksperci w ogniu pytań

MARKETING I SPRZEDAŻ

- 86** Narzędzia do tworzenia lejka sprzedażowego online
- 89** Jak ustawiać i optymalizować stawki CPC w kampaniach reklamowych Google Ads?
- 91** Akcja-abstrakcja jak nazwać firmę, aby wyróżnić się w sieci?