

## TEMAT NUMERU:

# ŚCIEŻKA ZAKUPOWA KLIENTA OD A DO Z

### TEMAT NUMERU

- 2** Budowanie strategii komunikacji między online a offline
- 7** Jak identyfikować touchpointy w procesie customer journey? Punkty styku klienta z Twoją marką w kanałach online
- 10** Pułapki ścieżek zakupowych w B2B
- 13** Jak skutecznie identyfikować konsumentów i targetować przekaz do konsumenta?
- 16** Integracja i zarządzanie danymi w kampaniach online
- 20** Analiza customer journey – jak szacować korzyści z różnych źródeł danych?
- 22** Consumer journey w e-commerce – w co inwestować, a z czego zrezygnować podczas planowania kanałów reklamowych?
- 24** Konsument i jego ścieżka zakupowa w witrynie e-commerce
- 27** Atrybucja idealna – czy to już?
- 34** Jak połączyć kropki – identyfikacja użytkowników cross-device
- 40** W jaki sposób pokochać raportowanie?
- 43** Facebook na każdym etapie ścieżki zakupowej – jak social media wspierają proces zakupowy?
- 46** Zakupy bez oglądania, czyli ostrożnie z remarketingiem

### PRAWO DLA MARKETERA

- 48** Co możesz naruszyć swoimi działaniami marketingowymi? Pięć najczęstszych powodów sporów prawnych

### W ŚWIECIE GOOGLE

- 50** Analityka w służbie danych, czyli jak wykorzystać potencjał Google Data Studio do efektywnego raportowania i wnioskowania?

### ANALITYKA W SIECI

- 56** Analiza jakościowa, czyli siłownia umysłu

### FELIETON EKSPERTA

- 60** O powrocie do kultury osobistej, czyli jak OLX powiedział „dość” w sieci

### SZLAK Z DROGOWSKAZAMI

- 62** Szlak w reklamę trafia

### TRENDY W DIGITALU

- 66** Sztuczna inteligencja (AI, Artificial Intelligence)

### E-COMMERCE

- 68** Jak przygotować idealny opis produktu w e-commerce lub opis usługi na stronie internetowej?

### WIDEO W MARKETINGU

- 72** Czy warto inwestować w jakościowe treści na YouTube?

### REKLAMA INTERNETOWA

- 74** Jak skutecznie zwiększyć Customer Lifetime Value dzięki patrzeniu w liczby?
- 77** Widownia online w liczbach – jak wygląda okres letni na rynku reklamy?

### W OGNIU PYTAŃ

- 79** Eksperti w ogniu pytań

### UŻYTECZNOŚĆ DLA MARKETERÓW

- 82** Jak usability produktów cyfrowych realizuje strategię marketingową?

### INTERVIEW

- 86** Why SEO is so important?

### SEO

- 88** Dziesięć przykazań SEO

### CASE STUDY

- 91** Punkty styku klienta z marką w kanałach online – case study Warsaw Media House
- 93** Projektowanie zorientowane na odbiorcę. Jak perspektywa użytkownika pozwoliła nam stworzyć zwycięską kampanię marketingową w konkursie Just Brief | Perfromante x Uber Eats?