

УДК 004.738.5:001  
ББК 65.291.34с51:72.5  
3-34

*Издано с разрешения John Wiley & Sons International Rights Inc.  
и Alexander Korzhenevski Agency  
На русском языке публикуется впервые*

**Заррелла, Д.**

3-34 Интернет-маркетинг по науке. Что, где и когда делать для получения максимального эффекта / Дэн Заррелла ; пер. с англ. Виктории Степановой. — М. : Манн, Иванов и Фербер, 2014. — 192 с.

ISBN 978-5-00057-122-4

Эта книга содержит рекомендации и методы, основанные на научных исследованиях, экспериментах, опросах потребителей и статистики. Автор использует знания из математики, социальной психологии, меметики и других наук и объясняет, почему и, что еще важнее, каким образом следует адаптировать для достижения максимальных результатов свои стратегии интернет-маркетинга: ведение блога, присутствие в соцсетях, почтовый маркетинг и вебинары.

УДК 004.738.5:001  
ББК 65.291.34с51:72.5

Все права защищены.  
Никакая часть данной книги не может быть воспроизведена  
в какой бы то ни было форме без письменного разрешения  
владельцев авторских прав.  
Правовую поддержку издательства обеспечивает  
юридическая фирма «Вегас-Лекс»

**VEGAS LEX**

© Dan Zarrella, 2013  
All rights reserved. This translation published under license with  
the original publisher John Wiley & Sons, Inc.  
© Перевод на русский язык, издание на русском языке, оформление.  
ООО «Манн, Иванов и Фербер», 2014

ISBN 978-5-00057-122-4

# Оглавление

Введение.....	11
<b>Часть I. Контент</b>	
Глава 1. Электронные книги.....	19
Глава 2. Вебинары.....	33
<b>Часть II. Каналы</b>	
Глава 3. Оптимизация поисковых результатов.....	43
Глава 4. Twitter.....	57
Глава 5. Facebook.....	77
Глава 6. Pinterest.....	101
Глава 7. Блоги.....	106
<b>Часть III. Середина воронки продаж</b>	
Глава 8. Почтовый маркетинг.....	123
Глава 9. Привлечение потенциальных клиентов.....	144
<b>Часть IV. Аналитика</b>	
Глава 10. Аналитические инструменты.....	161
Благодарности.....	170
Об авторе.....	171