

Analiza strategii content marketingu zróżnicowanych narzędzi promocji w internecie na przykładzie firmy X

Wstęp5

Rozdział 1

Marketing internetowy – istota i zastosowanie

1.1. Pojęcie marketingu internetowego8

1.2. Zasada działania i zastosowanie marketingu w internecie..... 11

1.3. Potencjał prowadzenia działań promocyjnych w sieci – statystyki..... 14

1.4. Narzędzia wykorzystywane w e-marketingu..... 19

Rozdział 2

Rola content marketingu w rozwoju przedsiębiorstwa i relacjach z klientami

2.1. Content marketing jako narzędzie marketingowe23

2.2. Czynniki wpływające na skuteczność content marketingu27

2.3. Znaczenie marketingu treści w budowaniu wizerunku firmy32

Rozdział 3

Charakterystyka przedsiębiorstwa x

3.1. Główny zakres działania przedsiębiorstwa X..... 36

3.2. Działalność budująca rozpoznawalność firmy39

3.3. Działania z zakresu marketingu internetowego realizowane przez przedsiębiorstwo..... 42

Rozdział 4

Analiza strategii marketingowej firmy X

4.1. Metodologia badań	45
4.2. Efektywność wykorzystywanych narzędzi promocji w Internecie w latach 2021-2022	47
4.2.1. Kampania mailowa	47
4.2.2. Sklep/księgarnia firmy X	54
4.2.3. Portal informacyjny.....	64
4.2.4. Fundacja.....	73
4.2.5. Facebook, YouTube, Instagram, Twitter	77
4.3. Możliwości wdrożenia działań usprawniających budowanie marki i pozyskiwanie klientów za pomocą kanałów internetowych	82

Zakończenie

Bibliografia

Spis rysunków.....

Spis tabel

Spis wykresów.....