

Wpływ narzędzi marketingu internetowego na rozwój branży beauty na przykładzie firm Sephora sp. z o.o. oraz Douglas Polska sp. z o.o.

Wstęp3

Rozdział 1

Marketing internetowy – założenia teoretyczne5

1.1. Marketing internetowy a marketing tradycyjny10

1.2 Zastosowanie narzędzi marketingu internetowego (E-biznes, e-marketing, e-commerce)..... 14

1.3 Social media marketing (wykorzystanie kanałów social mediowych)17

Rozdział 2

Znaczenie marketingu internetowego w branży beauty na przykładzie firm Sephora Sp. Z o.o. oraz Douglas Polska Sp. Z o.o.

2.1. Analiza rynku pokazująca pozycjonowanie wybranych firm na tle konkurencji..... 22

2.2. Poszukiwanie konkurencji..... 23

2.3. Pozycja Sephory i Douglasa w stosunku do platform e-Commerce25

2.4. Charakterystyka Sephory i Douglasa (Budowanie marketingu relacyjnego, działania budujące relacje klient-firma, strategie marketingowe)30

Rozdział 3

Prezentacja wyników badań

3.1. Charakterystyka respondentów36

3.2. Analiza wyników badań ankietowych..... 38

3.3. Wnioski i zalecenia54

Podsumowanie..... 55

Bibliografia57

Spis rysunków..... 60

Spis wykresów60

Spis załączników60