

A B Í B L I A D O  
MARKETING  
DIGITAL

---

**TUDO O QUE VOCÊ QUERIA SABER SOBRE  
MARKETING E PUBLICIDADE NA INTERNET  
E NÃO TINHA A QUEM PERGUNTAR**

**Claudio Torres**

Novatec

# Sumário

<b>Sobre o autor .....</b>	<b>11</b>
<b>Prefácio .....</b>	<b>12</b>
<b>Introdução .....</b>	<b>15</b>
A Internet como mídia .....	15
O que você vai ler .....	17
<b>Capítulo 1 ■ A Internet do consumidor .....</b>	<b>19</b>
Novos concorrentes .....	21
Como e por que chegamos aqui .....	22
O sorvete social .....	22
As lições do consumidor .....	24
A Internet no Brasil e a pesquisa do Comitê Gestor .....	25
O comportamento do consumidor on-line .....	29
Ambiente on-line .....	38
O que vimos até aqui .....	44
<b>Capítulo 2 ■ Conceitos do marketing digital .....</b>	<b>45</b>
O Rei e seu sucessor .....	46
Terminologias mais comuns .....	48
Os websites e acessórios .....	52
Marketing digital .....	61
Marketing de conteúdo .....	72
Marketing nas mídias sociais .....	74
E-mail marketing .....	75
Marketing viral .....	76
Pesquisa on-line .....	77
Publicidade on-line .....	78
Monitoramento .....	79
Uma palavra sobre o mobile marketing .....	79
O que vimos até aqui .....	80
<b>Capítulo 3 ■ Marketing de conteúdo .....</b>	<b>81</b>
Relevância do conteúdo .....	83
YouTube, por que ele vale tanto? .....	84
A estória da empresa de táxi .....	86
Criação do marketing de conteúdo .....	87
Importância do marketing de busca .....	92
Blogs profissionais e empresariais .....	95

Plataforma de conteúdo .....	98
Regras básicas de implementação .....	101
Divulgação constante .....	103
O que vimos até aqui .....	109
<b>Capítulo 4 ■ O poder das mídias sociais .....</b>	<b>110</b>
O cadeado da bicicleta .....	112
O que são mídias sociais .....	113
Marketing nas mídias sociais .....	114
Mergulhando no rio .....	121
Blogs e blogosfera .....	123
YouTube, Broadcast Yourself .....	134
Orkut, O Rei no Brasil .....	137
Facebook, o caderno universitário .....	140
MySpace, o primeiro .....	143
LinkedIn, a vez dos profissionais .....	146
Twitter, uma nova forma de interação .....	149
Outras mídias e redes sociais .....	152
Trabalhando com mídias sociais .....	154
O que vimos até aqui .....	164
<b>Capítulo 5 ■ E-mail marketing .....</b>	<b>166</b>
O que é spam .....	168
Obtenção de resultados .....	169
Criação e manutenção de um banco de dados que funcione .....	176
Boas maneiras no e-mail marketing .....	180
Vantagens do e-mail marketing .....	182
Limitações do e-mail marketing .....	185
Marketing da mobilidade .....	187
O que vimos até aqui .....	188
<b>Capítulo 6 ■ Marketing viral .....</b>	<b>189</b>
O que é marketing viral .....	191
Relógio viral .....	192
Estrutura de uma ação viral .....	193
Regras do marketing viral .....	197
Criação com foco no marketing viral .....	201
Marketing viral que funciona .....	207
O que vimos até aqui .....	212
<b>Capítulo 7 ■ Pesquisa on-line .....</b>	<b>213</b>
“A verdade está lá fora” .....	215
Pesquisar o quê? .....	216
Estrutura de uma pesquisa on-line .....	218
Avaliação e classificação de sites .....	222
Pesquisa de mídias on-line .....	225
Pesquisa de opinião do consumidor .....	227
Pesquisa de concorrentes .....	230

Monitoramento de mídias .....	232
Monitoramento de marcas e produtos.....	238
O que vimos até aqui .....	239
<b>Capítulo 8 ■ Publicidade muito além dos banners .....</b>	<b>240</b>
Mídias na Internet .....	241
Utilidade dos banners .....	245
Podcasting .....	251
Videocasting .....	254
O mundo dos widgets .....	258
Marketing de jogos.....	264
Crie sua própria mídia .....	267
O que vimos até aqui .....	272
<b>Capítulo 9 ■ Monitoramento e medição .....</b>	<b>273</b>
Conceitos básicos.....	275
Estratégias de monitoramento .....	278
Uso na publicidade .....	284
Google Analytics.....	286
O que vimos até aqui .....	294
<b>Capítulo 10 ■ O fenômeno Google.....</b>	<b>295</b>
Por que o Google é o Google?.....	299
Busca orgânica.....	302
Links patrocinados .....	306
Rede de conteúdo .....	307
Google Analytics.....	308
Google Webmasters .....	308
O iGoogle e os widgets.....	309
Google Maps .....	310
Uso do Google nas campanhas .....	312
O que vimos até aqui .....	314
<b>Capítulo 11 ■ Uso do Google AdWords.....</b>	<b>316</b>
Conceitos básicos.....	317
Principais funções.....	321
Diretrizes editoriais.....	331
Uso na publicidade .....	337
Campanhas de banner .....	343
O que vimos até aqui .....	345
<b>Capítulo 12 ■ O que vem por aí?.....</b>	<b>346</b>
Aprendendo com Obama .....	347
A Web 3.0.....	349
Tendências mundiais.....	352
O que está visível .....	353
O novo consumidor .....	357
O que vimos até aqui .....	358
E agora?.....	359

<b>Apêndice A ■ Alfabetização digital.....</b>	<b>360</b>
Identidade digital.....	360
Comunicação digital.....	362
Ações de marketing digital .....	364
<b>Apêndice B ■ Erros mais comuns nos sites .....</b>	<b>366</b>
Teste, teste, teste .....	366
Lojas virtuais.....	367
Navegabilidade .....	368
Design agradável.....	370
O conteúdo é Rei .....	372
<b>Apêndice C ■ Bibliografia digital .....</b>	<b>373</b>
Mídias e redes sociais .....	373
Sites colaborativos.....	374
Agregadores de links .....	374
Agregadores de notícias.....	375
Código aberto.....	376
Blogs e sites .....	376
Outras fontes de referência .....	377
<b>Apêndice D ■ Marketing digital deste livro .....</b>	<b>378</b>
Marketing de conteúdo .....	378
Marketing nas mídias sociais .....	379
Marketing viral .....	379
E-mail marketing .....	380
Publicidade on-line.....	380
Pesquisa on-line.....	380
Monitoramento .....	381
<b>Apêndice E ■ Roteiro prático.....</b>	<b>382</b>
Marketing de conteúdo .....	382
Marketing nas mídias sociais .....	383
E-mail marketing .....	384
Marketing viral .....	384
Pesquisa on-line.....	385
Publicidade on-line.....	386
Monitoramento on-line.....	386
Google .....	387
Links patrocinados .....	388
Mantendo-se conectado ao futuro .....	388
Recomendações finais .....	389
<b>Glossário.....</b>	<b>390</b>
<b>Bibliografia.....</b>	<b>394</b>
<b>Índice remissivo .....</b>	<b>395</b>