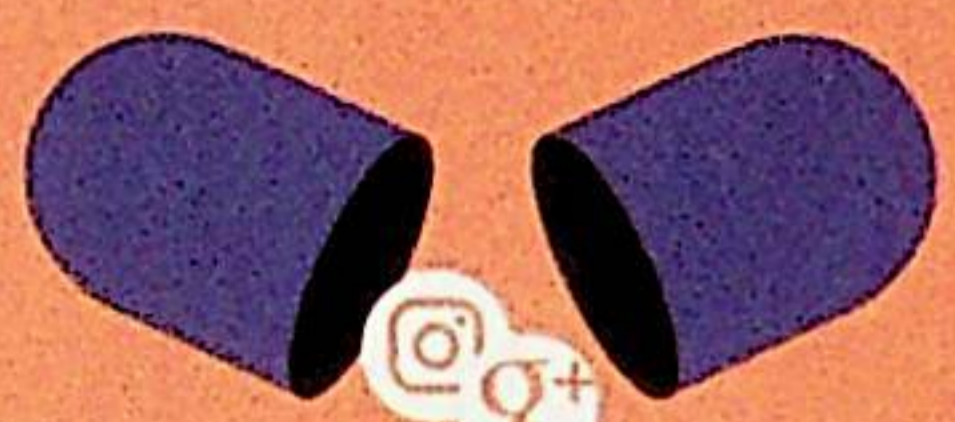


1572539

МАРТИН ТОМАС

MARTIN THOMAS



ПОСІБНИК
THE FINANCIAL TIMES
ЗІ СТРАТЕГІЇ
ДЛЯ
СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА

ЯК РЕКЛАМУВАТИ СВІЙ БІЗНЕС, УПРАВЛЯТИ РИЗИКАМИ
ТА РОЗВИВАТИ ОСОБИСТИЙ БРЕНД

ВИДАВНИЦТВО
Ф А Б У Л А
#PRO

Як вирішити, чи створювати додаткові облікові записи в соціальних медіа? Як збільшити кількість підписників на власних каналах? Як розвивати процес управління бесідою? Як зменшити негативний вплив скарги клієнта? Як уникнути проблем із регуляторними органами? Як не стати жертвою кібер-шахрайства? Де ж отримати відповіді на наведені запитання? Саме в цій книжці! Вона допоможе всім, хто прагне стати впевненим користувачем соціальних медіа та успішно розвивати свій бізнес або кар'єру в соціальних мережах.

Зміст

Короткий путівник	8
Статті з архіву <i>The Financial Times</i>	10
Слова подяки	12
Передмова	14
Частина 1. ПЛАНУВАТИ	29
Розділ 1. Визначення цілей	32
Розділ 2. Вимірювання успіху	42
Розділ 3. Створення операційної системи	52
Частина 2. ДІЯТИ	97
Розділ 4. Реалізація основної програми соціальних медіа	99
Розділ 5. Максимальне використання соціального інтелекту	112
Розділ 6. Використання соціальних медіа для покращення продажу та маркетингу	129
Розділ 7. Використання соціальних медіа для обслуговування клієнтів	160
Розділ 8. Активізація внутрішніх комунікацій	172
Розділ 9. Трансформація корпоративної культури	184

Частина 3. КОНТРОЛЮВАТИ	199
Розділ 10. Уникнення проблем і подолання криз	201
Розділ 11. Аудит діяльності	225
Частина 4. БУТИ	233
Розділ 12. Підвищення грамотності в соціальних медіа	236
Розділ 13. Управління особистим брендом.....	246
Розділ 14. Використання соціальних медіа як інструменту лідерства.....	270
Післямова	293
Алфавітний покажчик.....	297
Про автора	302