

WEBMARKETING Prático

- Motores de Busca
- Direct e-Mailing
- Domínios
- Marketing Comunitário
- Netamorfoses
- WebMerchandising

ÍNDICE

Prefácio	XI
Sobre este Manual.....	XIII
Capítulo I – Netamorfofos	1
1. Onde Está a Net?	2
2. Interactividade e Reactividade	3
3. Sem Fios	5
4. Outros Canais	6
5. Internet <i>Marketing</i> vs <i>Web Marketing</i>	8
6. Mudanças em cada "Stakeholder" no <i>E-Business</i>	9
6.1. Clientes e Prospectos.....	9
6.2. Colaboradores.....	12
6.3. Comunidades	17
6.4. Sectores Profissionais, Sindicatos e Associações	18
6.5. Fornecedores	20
6.6. Parceiros	21
6.7. Accionistas	22
6.8. Imprensa	22
6.9. Candidatos	23
6.10. Concorrência	24
6.11. Outros Públicos	24
7. A Interactividade na Cadeia de Valor da Empresa.....	25
8. Novos Mercados – A Perspectiva “Glocal”	27
9. Os Modelos de Receita Directos e Indirectos	29
9.1. Publicidade e Destaques.....	31
9.2. Comércio Electrónico.....	32
9.3. Licenciamento, Inscrição ou Subscrição	36
9.4. <i>WebFranchising</i>	37
9.5. Programas de Afiliados	38
9.6. <i>Fee</i> de Transacção	39
Capítulo II – Você Domina?	41
1. Afinal, o que é um Domínio?	42

2. A Estrutura do Domínio	42
3. Como Posso Criar um Nome Eficaz para o meu Domínio?	44
4. Proteja o Seu Domínio!	46
5. Onde Posso Registrar um Domínio Internacional?	48
6. E um Domínio Nacional?	51
7. Domínio já Ocupado?	52
Venda em Leilão	54
Sites de Compra Imediata	55
Contacto via <i>e-mail</i> , com uma proposta de venda ou compra	56

Capítulo III – Aquecer os Motores de Busca 57

1. Indexadores	58
2. Palavras-chave para Melhorar o seu Posicionamento nos Indexadores	59
3. E Apontadores?	61
4. Redirecionamento de Páginas	63
5. Listar Páginas de Segundo Nível	64
6. Pagamento de Lugares de Topo e Motores PPC	64
7. <i>Study</i> : Yahoo.com	65
8. <i>Study</i> : Google	66
9. <i>Study</i> : Altavista	67
10. <i>Software</i> de Submissão	68
11. Serviços de <i>Submitting On-Line</i>	70

Capítulo IV – Publicidade e Usabilidade 73

1. O <i>Banner</i> para o Utilizador	74
2. O <i>Banner</i> para as Empresas	76
3. Os Novos Formatos e Pequenos Truques	79
4. <i>Pop-up</i> , <i>Pop-under</i> e <i>Interstitial</i>	80
5. Páginas de Entrada	84
6. Publicidade Textual	84
7. Publicidade Contextual	85
8. <i>Advertainment</i>	86
9. <i>WebMerchandising</i>	86
10. <i>Flash</i> , <i>Cult 3d</i> e os <i>Plugins</i> do Futuro	90
11. O Princípio da Usabilidade	91

Capítulo V – E-Mail Diet 93

1. <i>Direct Mail</i> vs <i>Direct E-Mail</i> – Por onde começar?	97
2. A Obtenção de Dados do Utilizador.....	99
3. A Máquina Registadora.....	101
4. O que são <i>Cookies</i> ?.....	105
5. Estrutura-Modelo de uma Base de Dados.....	106
6. <i>E-Mail Merge</i>	109
7. Estrutura-Modelo da Campanha.....	111
8. Finalmente, o Envio!.....	121
9. Controle de Resultados.....	122
10. O <i>Marketing Viral</i>	125
10.1. O Exemplo Clássico do <i>Hotmail</i>	127
10.2. Elementos de Sucesso para <i>Marketing Viral</i>	127
10.3. Modelos de Negócio Virais.....	131
10.4. Mas como Medir os Resultados?	131
11. <i>Newsletters</i>	132
11.1. A Máquina Registadora 2.....	132
11.2. Estrutura da <i>Newsletter</i>	134
11.3. Como Abater Custos	136
11.4. A Importância do <i>Unsubscribe</i> (abandono)	138
12. <i>Press Releasing</i>	138
13. Conclusões.....	141
Capítulo VI – Marketing Comunitário	143
1. Grupos de Discussão Genéricos – Fóruns e Listas de Discussão.....	144
2. Grupos de Discussão Genéricos - <i>Newsgroups</i>	150
3. <i>Chats</i>	151
4. Comunidades de Troca de Publicidade.....	154
5. Leilões	155
6. Prémios, Selos e Distinções.....	156
7. Classificados.....	157
Semi-Conclusão	158
Anexo I – Domínios Disponíveis.....	159
Anexo II – Glossário de Termos.....	169
Bibliografia.....	211