

УДК 316.776.3
ББК 60.842
Б88

Издано с разрешения литературного агентства
Andrew Nurnberg и Penguin Group Inc.

Броган, К.

Б88 Формула эффекта. Как получить реальный результат в социальных медиа / Крис Броган и Джулиен Смит; пер. с англ. Ульяны Сапциной. — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013. — 304 с.

Общение и бизнес сегодня все больше переходят в интернет, а традиционные каналы продвижения и продаж постепенно теряют свою эффективность.

Как привлечь и удержать внимание людей, которые вас интересуют? Для этого нужна стратегия создания и распространения контента, верное сочетание хорошей идеи, доверия и размера аудитории, то есть — своеобразная формула эффекта. Именно ее путем проб и ошибок настойчиво выводили авторы этой книги. Теперь эту формулу можно применить к блогам, твитам, видео и даже к офлайн-рекламным кампаниям, чтобы понять, какой эффект произведут определенные действия, и построить в Сети общение, приносящее результаты.

Описанные в книге принципы и методики основаны на человеческой психологии, а потому останутся столь же эффективными и после выхода очередной веб-технологии.

Для всех, кто занимается маркетингом в интернете.

УДК 316.776.3
ББК 60.842

Никакая часть настоящего издания ни в каких целях не может быть воспроизведена в какой-либо форме и какими бы то ни было средствами, будь то электронные или механические, включая фотокопирование и запись на магнитный носитель, без письменного разрешения издателя.

Правовую поддержку издательства обеспечивает юридическая фирма «Вегас-Лекс».

VEGAS LEX

© Christopher Brogan and Julien Smith, 2012.

© Издание. Перевод. Оформление ООО «Манн, Иванов и Фербер», 2013.

ISBN 978-5-91657-671-9

Оглавление

Часть 1. Цели	11
1. Работа с формулой эффекта	13
Часть 2. Идеи	63
2. Контраст	71
3. Четкость	117
Часть 3. Платформы	155
4. Охват	165
5. Интенсивность	193
Часть 4. Сеть	223
6. Доверие	233
7. Отзвук	255
Заключение	283
Благодарности	291