

УДК 659.11:004.738.5

ББК 65.291.34с51

О-40

*Издано с разрешения литературного агентства Alexander Korzhenevski  
На русском языке публикуется впервые*

**Одден, Л.**

О-40 Продающий контент. Как связать контент-маркетинг, SEO и социальные сети в единую систему / Ли Одден ; пер. с англ. В. Иващенко. — М. : Манн, Иванов и Фербер, 2014. — 384 с.

ISBN 978-5-91657-895-9

В этой книге вы найдете все необходимое для того, чтобы внедрить в вашей компании целостный подход к оптимизации контента для поисковых систем и социальных медиа. Освоив предложенные в ней простые практические методы действий, вы сможете широко применять на практике основные методы контент-маркетинга, начиная от создания типовых персонажей до планирования и оценки эффективности контента, что позволит вам улучшить качество своего контента и значительно расширить аудиторию вашего сайта.

УДК 659.11:004.738.5

ББК 65.291.34с51

Все права защищены.

Никакая часть данной книги не может быть воспроизведена в какой бы то ни было форме без письменного разрешения владельцев авторских прав.

Правовую поддержку издательства обеспечивает юридическая фирма «Вегас-Лекс»

**VEGAS LEX**

© Lee Odden, 2012

© Перевод на русский язык, издание на русском языке, оформление. ООО «Манн, Иванов и Фербер», 2014

ISBN 978-5-91657-895-9

# Содержание

Предисловие партнера.....	9
Предисловие к российскому изданию.....	11
Предисловие .....	14
Введение .....	17
<b>Этап 1. Планирование .....</b>	<b>23</b>
Глава 1. Закладываем фундамент для повышения эффективности онлайн-маркетинга.....	24
Глава 2. Как оптимизировать и социализировать контент для вашей компании.....	43
Глава 3. Интеллектуальный маркетинг: исследование, анализ и мониторинг информации .....	59
Глава 4. Постановка целей .....	80
Глава 5. Ключ к успеху: стратегия контент-маркетинга .....	98
<b>Этап 2. Внедрение .....</b>	<b>119</b>
Глава 6. Знайте своего покупателя: типичные персонажи.....	120
Глава 7. Подбор ключевых слов .....	135
Глава 8. Разработка плана контент-маркетинга .....	166
Глава 9. Создание и курирование контента .....	190
Глава 10. Как оптимизировать контент .....	206
Глава 11. Работа с социальными сетями .....	252
Глава 12. Продвижение сайтов и наращивание ссылочной массы .....	276
Глава 13. Оценка результатов контент-маркетинга.....	304

<b>Этап 3. Подведение итогов.....</b>	<b>327</b>
Глава 14. Оптимизация и социализация: процесс и обучение .....	328
Глава 15. Вы достигли максимальной эффективности? .....	347
Примечания .....	354
Благодарности .....	365
Об авторе .....	368