

# Nová pravidla marketingu a PR

naučte se využívat vydávání zpráv, blogy, podcasty,  
virální marketing a online média  
pro přímé oslovení zákazníků

**David Meerman Scott**



## **The New Rules of Marketing and PR**

**David Meerman Scott**

Published by Wiley Publishing, Inc., 10475 Crosspoint Boulevard, Indianapolis, IN 46256, [www.wiley.com](http://www.wiley.com).

Copyright © 2007 by David Meerman Scott.

© Translation: ZONER software, s.r.o., 2007.

All Rights Reserved. This translation published under license with the original publisher John Wiley & Sons, Inc. No part of this book may be reproduced or transmitted in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopying, recording or by any information storage retrieval system, without permission from Wiley Publishing, Inc.

Všechna práva vyhrazena. Tento překlad je vydán na základě licenční smlouvy s John Wiley & Sons, Inc. Žádná část této publikace nesmí být reprodukována nebo předávána žádnou formou nebo způsobem, elektronicky ani mechanicky, včetně fotokopí, natáčení ani žádnými jinými systémy pro ukládání bez výslovného svolení Wiley Publishing, Inc.

## **Nová pravidla marketingu a PR**

Autor: David Meerman Scott.

Copyright © ZONER software, s.r.o. Vydání první v roce 2008. Všechna práva vyhrazena.

Zoner Press

Katalogové číslo: **ZR730**

**ZONER software, s.r.o.**

Nové sady 18, 602 00 Brno

Překlad: Jitka Plchotová

Šéfredaktor: Ing. Pavel Kristián

Trademarks: Wiley, the Wiley logo, and the Sybex logo are trademarks or registered trademarks of John Wiley & Sons, Inc. and/or its affiliates, in the United States and other countries, and may not be used without written permission. All other trademarks are the property of their respective owners. Wiley Publishing, Inc., is not associated with any product or vendor mentioned in this book. The Sybex Brand trade dress is a trademark of John Wiley & Sons, Inc. in the United States and/or other countries. Used by permission.

Ochranné známky: Wiley, logo Wiley a logo Sybex jsou ochrannými známkami nebo registrovanými ochrannými známkami vydavatelství John Wiley & Sons, Inc, nebo jejich poboček, ve Spojených státech a/nebo ostatních zemích a nemohou být používány bez písemného oprávnění. Všechny ostatní ochranné známky jsou majetkem jejich vlastníků. Wiley Publishing, Inc. není propojen s jakýmkoliv produktem nebo výrobcem zmíněným v této knize. Obchodní značka Sybex je ochrannou známkou John Wiley & Sons, Inc. ve Spojených státech a/nebo ostatních zemích.

Veškeré dotazy týkající se distribuce směřujte na:

**Zoner Press**

**ZONER software, s.r.o.**

**Nové sady 18, 602 00 Brno**

tel.: **532 190 883, fax: 543 257 245**

e-mail: **[knihy@zoner.cz](mailto:knihy@zoner.cz)**

**<http://www.zonerpress.cz>**

ISBN 978-80-86815-93-0

Věnováno mým ženám

mé matce Carolyn J. Scottové,  
manželce Yukari Watanabe Scottové  
a mé dceři Allison C.R. Scottové.

# Přehled

## I Jak web změnil pravidla marketingu a PR

1 Stará pravidla marketingu a PR jsou v online světě neefektivní	27
2 Nová pravidla marketingu a PR	39
3 Přímé oslovení zákazníků	51

## II Webová komunikace pro přímé oslovení zákazníků

4 Blogy: zapojte miliony horlivců, aby vyprávěli váš příběh	65
5 Nová pravidla vydávání zpráv	81
6 Doručování audio obsahu prostřednictvím podcastu	89
7 Fóra, wiki a vaše cílová skupina	95
8 Buďte nakažliví: web pomáhá rozpálit cílovou skupinu	107
9 Webové stránky bohaté na obsah	117

## III Akční plán pro využití síly Nových pravidel

10 Jste to, co publikujete: sestavení vašeho marketingového a PR plánu	127
11 Online Thought Leadership: vaše organizace jako důvěryhodný zdroj myšlenek a inovací	145
12 Jak psát pro vaše kupující	153
13 Jak web ovlivňuje proces nakupování	161
14 Jak využívat vydávání zpráv k přímému dosažení kupujících	175
15 Online mediální místnost: vstupní brána nejen k médiím	185
16 Nová pravidla pro oslovení médií	197
17 Blogujte, abyste oslovili zákazníky	205
18 Podcasting a video: tak dobře a tak jednoduše, jak jen to je možné	219
19 Social networking stránky a marketing	229
20 SEM: marketing ve vyhledávacích	239
21 Uskutečňte to!	249

# Obsah

Ocenění Nových pravidel pro marketing a PR	1
Předmluva	15
Úvod	19
Nová pravidla	21
Zkoušet psát jako blog, ale v knize	22
Výkladní skříň inovačních pracovníků marketingu	23
<b>I Jak web změnil pravidla marketingu a PR</b>	
1 Stará pravidla marketingu a PR jsou v online světě neefektivní	27
Reklama: jáma, kam padají promrhané peníze	29
Jednosměrné vyrušení, marketing je včerejší zpráva	30
Stará pravidla marketingu	31
Public relations se výhradně týkalo médií	32
Public relations a „inkoust“ třetí strany	33
Ano, média jsou stále důležitá	33
Tiskové zprávy a novinářská černá díra	34
Stará pravidla PR	34
Naučte se ignorovat stará pravidla marketingu	36
2 Nová pravidla marketingu a PR	39
Dlouhý ocas marketingu	41
Řekněte mi, prosím, něco, co neznám	43
Zprávy z kamenných obchodů	44
Rada od prezidenta společnosti	46
Dlouhý ocas v PR	46
Nová pravidla marketingu a PR	47
Konvergence marketingu a PR na webu	48
3 Přímé oslovení zákazníků	51
Ukažte světu své schopnosti	54
Dodávejte zprávy, které chtějí vaši zákazníci slyšet	55
Osobnost kupujícího: základ	55
Myslete jako vydavatel	58
Řekněte příběh vaší organizace přímo	59
Uvědomte si cíle a nechejte obsah vyvolat akci	60
Obsah a Thought leadership	61

## II Webová komunikace pro přímé oslovení zákazníků

<b>4 Blogy: zapojte miliony horlivců, aby vyprávěli váš příběh</b>	<b>65</b>
Blogy, blogování a bloggeři	67
Porozumění blogu ve světě webu	68
Tři způsoby využití blogů pro marketing a PR	71
Sledujte blogy, záleží na tom reputace vaší organizace	72
Komentujte na blozích a dostaňte na ně vaše stanovisko	73
Dovolujete zaměstnancům posílat e-maily? Co takhle nechat je blogovat?	76
Překonání mezí: blogování v McDonald's	77
Síla blogů	78
Začněte dnes	79
<b>5 Nová pravidla vydávání zpráv</b>	<b>81</b>
Vydávání zpráv ve světě webu	83
Nová pravidla vydávání zpráv	83
Jestliže vás najdou, tak přijdou	84
Přilákání zákazníků do prodejního procesu	87
Dosáhněte přímo k vašim zákazníkům	88
<b>6 Doručování audio obsahu prostřednictvím podcastu</b>	<b>89</b>
Navrácení marketingu zpět do rukou muzikantů	91
Podcasting: více než jen hudba	93
<b>7 Fóra, wiki a vaše cílová skupina</b>	<b>95</b>
Vaši nejlepší zákazníci se účastní online fór – vy byste měli také!	98
Váš Vesmír ve fórech	102
Wiki, e-mailové konference a vaše publikum	103
Vytvoření vaší vlastní wiki	105
<b>8 Buďte nakažliví: web pomáhá rozpálit cílovou skupinu</b>	<b>107</b>
Mátově svěží explozivní marketing	108
Monitorování blogosféry kvůli nakažlivým erupcím	109
Vytváření nakažlivého rozruchu pro radost a výdělek	111
Grilované sýrové sendviče cudné Mary a toaleta Jerryho Garcii	112
Když máte výbušné zprávy, udělejte je nakažlivými	112

<b>9 Webové stránky bohaté na obsah</b>	<b>117</b>
Politický nátlak na webu	118
Obsah: centrum úspěšných webových stránek	121
Skloubení toho všeho s obsahem	121
Skvělá webová stránka: více umění než věda	123

### **III Akční plán pro využití síly Nových pravidel**

<b>10 Jste to, co publikujete: sestavení vašeho marketingového a PR plánu</b>	<b>127</b>
Jaké jsou cíle vaší organizace?	128
Osobnost kupujícího a vaše organizace	130
Profil osobnosti kupujícího	131
Důležitost modelu kupujícího ve webovém marketingu	135
Vlastními slovy vašich zákazníků	135
Čemu chcete, aby vaši kupující věřili?	138
Vývoj obsahu k dosažení kupujících	139
Vypuštění malého dinosaura	141
Držte se svého plánu	143
<b>11 Online Thought Leadership: vaše organizace jako důvěryhodný zdroj myšlenek a inovací</b>	<b>145</b>
Tvorba Thought Leadership obsahu	146
Formy Thought Leadership obsahu	147
Jak vytvořit smysluplný obsah	149
Optimální využití Thought Leadershipu mimo vaši organizaci	150
Kolik peněz vydělává váš kupující?	151
<b>12 Jak psát pro vaše kupující</b>	<b>153</b>
Analýza hantýrky	154
Bídne psaní: Jak jsme se k tomu dostali?	155
Efektivní psaní pro marketing a PR	156
Síla psaní, hodnocení (z vašeho blogu)	157
<b>13 Jak web ovlivňuje proces nakupování</b>	<b>161</b>
Segmentování vašich kupujících	162
Prvky stránek zaměřené na kupujícího	164
Užití RSS k doručení webového obsahu k úzkým cílovým skupinám	167
Zapojte obsah přímo do prodejního cyklu	169
Přátelské poštouchnutí	170

Uzavřete obchod a pokračujte v komunikaci	171
Open-Source marketingový model	171
<b>14 Jak využívat vydávání zpráv k přímému dosažení kupujících</b>	<b>175</b>
Vypracování strategie vydávání zpráv	176
Publikování vydávaných zpráv prostřednictvím distribučních služeb	177
Dosažení více zainteresovaných kupujících prostřednictvím RSS zdrojů	178
Simultánní publikování vydávaných zpráv na vlastní webové stránky	179
Význam odkazů ve vašich vydávaných zprávách	179
Zaměřte se na klíčová slova a fráze, které používají vaši kupující	180
Zahrňte vhodné značky pro social media	182
Pokud je to dost důležité na to, abyste to sdělili médiím, sdělte to i vašim klientům!	183
<b>15 Online mediální místnost: vstupní brána nejen k médiím</b>	<b>185</b>
Vaše online mediální místnost jako (bezplatná) optimalizace pro vyhledávače	186
Nejlepší postup pro online mediální místnosti	187
Online mediální místnost k oslovení žurnalistů, zákazníků, bloggerů a zaměstnanců	194
Really simple marketing: význam RSS zdrojů ve vaší online mediální místnosti	196
<b>16 Nová pravidla pro oslovení médií</b>	<b>197</b>
Necílené, nátlakové materiály jsou spamem	198
Nová pravidla vztahu s médii	199
Blogy a mediální vztahy	200
Jak nabízet médiím	201
<b>17 Blogujte, abyste oslovili zákazníky</b>	<b>205</b>
Čemu byste se měli věnovat na blogu?	206
Etika v blogování a pravidla pro blogování zaměstnanců	207
Základy blogování: Co byste měli vědět do začátku	209
Vyšperkujte si váš blog	212
Vytváření publika pro váš nový blog	213
Je to o značkách a o vašich zákaznících	214



Blogování mimo Severní Ameriku	215
Na co čekáte?	217
<b>18 Podcasting a video: tak dobře a tak jednoduše, jak jen to je možné</b>	<b>219</b>
Podcasting	219
Moje audio je váš podcast	222
Video a vaši zákazníci	225
Okrádání konkurence ... A to vše zachyceno na videu	227
<b>19 Social networking stránky a marketing</b>	
Podívejte se na mě na MySpace	229
Squidujete?	231
Optimalizování social networking stránek	233
Druhý život: Marketing ve virtuálním světě	234
<b>20 SEM: marketing ve vyhledávačích</b>	<b>239</b>
Optimalizace pro vyhledávače	241
Long tail (dlouhý ocas) vyhledávání	242
Postavte si svou vlastní vyhledávací nemovitost	243
Přístupové stránky, které vyvolávají akci	244
SEM ve fragmentovaném obchodě	247
<b>21 Uskutečňte to!</b>	<b>249</b>
Skvělé pro každou organizaci	251
Nyní je to na vás	253
 <b>Poděkování</b>	 <b>255</b>
<b>Rejstřík</b>	<b>263</b>