

Съдържание

Предговор	11
Съдържанието онлайн и още съдържание и все повече онлайн	13
Съдържанието, което стана маркетингов инструмент.....	18
Психологически аспекти.....	19
Все още ли е възможен маркетинг чрез съдържание?.....	22
Съдържание и разказването на истории.....	24
Маркетинг на съдържанието и SEO.....	27
Има ли вредно съдържание?.....	28
Какво се случува с онлайн пространството.....	31
Бързи срещу бавни онлайн канали и съдържание.....	34
Кой създава съдържание онлайн	37
Журналисти и онлайн медиуми.....	40
Инфлуенсъри и внимание.....	43
Типове инфлуенсъри.....	45
Защо инфлуенсърите са толкова влиятелни?.....	53
Лидерство, политици и онлайн пространство.....	62
Бизнеси и организации в свръхпроизводство на съдържание.....	64
Онлайн артистите и тяхното съдържание.....	67
Безкрайното поле от инвентар.....	69
Консуматорите консумират.....	81
Human in the loop. Изкуствен интелект и алгоритми.....	86
И защо създаваме съдържание?	89
Давид срещу Голиат.....	91
Права. Авторски права.....	95
Създава го, защото може.....	99
Типове съдържание.....	99
Едно съдържание – много парчета.....	116

Ако съдържанието е цар, то коя е царицата?	119
Аудиторията	119
Контекстът	121
Алгоритмите на платформите	122
Закони на онлайн пространството	123
„90 процента от всичко е боклук“ или Законът на Стърджън	125
Трагедия на общите блага	125
„Малко вожд, много индианец“ или Правилото 1/9/90	126
„Reductio ad Hitlerum“ или Законът на Годуин	128
Количество срещу качество или „Вечният септември“	129
Хуморът онлайн или Законът на По	130
FoMO или Страхът от пропускането	131
Цензурата в Интернет или Ефектът на Страйсънд	132
„Не“ в заглавието или Законът на Бетърдж	
за журналистическите заглавия	134
„Дай ми още от същото“ или Ефектът на ехо-стаята	135
Асиметричната глупост или Законът на Брандолини	136
Провалите като закономерност или Законите на Вио	136
Съдържанието пътува	139
Съдържанието е цар и работи	141
Дистрибуция	141
Метрики	143
Съдържанието е цар, но царят е гол	144
Защо съдържанието не работи?	145
Съдържанието като дигитален отпадък	146
Бъдещето	147
Наръчник	151
Основни принципи на създаване на съдържание	153
Типове съдържание	155
Създаване на качествено съдържание	158
Доброто съдържание е	160
Как съдържанието ни да е по-добро?	161
Малките бизнеси също имат шанс	162
Кирилицата. Съдържание на български език	163

Съдържание и маркетинг стратегия.....	165
Графичен дизайн и визуални елементи.....	165
Планиране и управление на съдържанието.....	166
Анализ и метрики.....	166
Ролята на троловете. Огледай се за елфи.....	168
За насърчаване на креативността.....	169
Ресурси и финални препоръки	170
Речник.....	175
Библиография.....	178
Благодарности.....	181
За автора.....	183