

Spis treści

Od autora	6
Podziękowania	8
Strategia kampanii wyborczej	9
Co to jest marketing polityczny	9
Dlaczego w marketingu politycznym warto używać narzędzi oferowanych przez Internet	10
Jak wyznaczyć cele kampanii wyborczej	14
Jakie czynniki wpływają na wynik wyborczy	16
Jak zidentyfikować swoich wyborców	18
Jak określić tematy i hasła kampanii wyborczej oraz sformułować program wyborczy	22
Jak określić środki niezbędne do realizacji strategii kampanii wyborczej	25
Jak ustalić właściwą taktykę kampanii wyborczej	26
Jak zaplanować kampanię wyborczą	29
Strona www	33
Jak wybrać i zarejestrować domenę internetową	33
Jak przygotować koncepcję strony internetowej	36
Jakie warunki powinna spełniać strona internetowa	39
Jakie materiały powinny się znaleźć na stronie internetowej	45
Jakie elementy powinna zawierać strona internetowa	48
Jak wybrać właściwy system zarządzania treścią strony	58
Jak dokonać wyboru firmy, która przygotuje stronę	58
Jak pozycjonować stronę w Internecie i jak ją wypromować	61
Jak reagować na antystrony	65

Społeczności internetowe	68
Czym są społeczności internetowe	68
Jak wykorzystać chat, listy dyskusyjne, fora dyskusyjne, wirtualne światy	69
Jak blog może wpłynąć na naszą działalność polityczną	71
Czym są serwisy społecznościowe i jakie wyróżniamy ich rodzaje	77
Jakie działania można podejmować w ramach serwisów społecznościowych	79
Jak wybrać właściwy serwis	80
Jak stworzyć w serwisie społecznościowym profil i jak nim zarządzać	90
Czym są systemy mądrego głosowania	100
Komunikacja w Internecie	103
Jak przygotować bazę danych	103
Jakie zasady obowiązują w korespondencji elektronicznej	106
Jak przygotować biuletyn internetowy	118
Jak w kampanii wyborczej wykorzystać technologie mobilne	121
Jaka forma reklamy internetowej jest najskuteczniejsza	122
Co to jest marketing wirusowy i jak działa	125
Wizerunek polityka w Internecie	
– katalog praktycznych pomysłów	128
Polityk „swoj człowiek”	129
Polityk ekspert	132
Polityk aktywny	134
Polityk skuteczny	137
Polityk wspierający obywateli	139
Polityk słuchający wyborców	140
Polityk wrażliwy	142
Polityk bliski wyborcom	144
Polityk dostępny dla wyborców	146
Polityk przejrzysty	148

Słownik ważnych pojęć	150
Użyteczne strony internetowe	159
Bibliografia	164
Wykaz wybranej literatury z zakresu marketingu politycznego	167
Literatura polska	167
Literatura anglojęzyczna	169