



Z pewnością każdy, kto wkłada wiele pracy i pieniędzy w stworzenie profesjonalnej strony, chciałby aby jego inwestycja zwróciła się możliwie najszybciej.

Książka "Marketing internetowy w małej firmie" jest bardzo rzetelnym źródłem wiedzy, w jaki sposób przygotować kampanię marketingową, która trafi do odpowiedniej grupy odbiorców i przyniesie największe zyski.

Autorka, Holly Barkley, uczy jak podejść do zagadnienia marketingu w internecie. Na autentycznych przykładach pokazuje jak kampanie marketingowe o bardzo małych budżetach (przy odpowiedniej strategii) uzyskiwały świetne wyniki.

Pewnym minusem książki jest fakt, że nie została ona napisana na "polski rynek". Wadę tą częściowo udało się zniwelować podając sporo linków do polskich serwisów, a także (dodane podczas tłumaczenia) dane dotyczące Polski.

Książkę czyta się dobrze, nie ma w niej niepotrzebnych fachowych terminów, a najważniejsze informacje dla czytelnika są dodatkowo umieszczane na marginesie, jako wyróżniona notatka. Zdecydowanie polecam tą pozycję każdemu, kto chce czerpać korzyści z własnej witryny, a także tym, którzy chcieliby po prostu wiedzieć więcej o marketingu w sieci.

[Marketing internetowy w małej firmie](#)
[Wydawnictwo Helion](#) - 06/2005