

СОДЕРЖАНИЕ

Резюме	5
1. Издательская модель «СМАРТ»	8
Исследование рынка и ведение баз данных	12
Оптимизация тиражного маркетинга	13
Оптимизация продаж рекламы	13
Таргетинг на основе потребительских баз данных	14
Сегментация и лояльность клиентов	16
SMART Publishing: Механизм разработки продуктов на основании потребностей рынка	21
SMART Publishing: Адекватный контент, ориентированный на конкретную аудиторию	24
SMART Publishing: Релевантные платформенные решения	26
SMART Publishing: Тактика целевой доставки	27
Доставка на дом с помощью SoftBook	28
2. Этническая принадлежность и язык	31
Этнические СМИ в США	31
3. Тотально молодежное мышление	43
Zero Hora	43
Play Bac	49
Pots Weekly	54
4. Месторасположение, пол и специальные интересы	56
Локальные и гиперлокальные продукты	56
5. Гипертаргетинг	74
Поведенческий таргетинг	74
Цифровая струйная печать: возможности для гипертаргетированной печати	77
Персонализация: это будущее?	80
Как издать журнал за полтора дня	86
Заключение	88