

<<网络营销推广实战宝典>>

图书基本信息

书名：<<网络营销推广实战宝典>>

13位ISBN编号：9787121138522

10位ISBN编号：7121138522

出版时间：2012-1

出版时间：电子工业出版社

作者：江礼坤

页数：440

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## <<网络营销推广实战宝典>>

### 内容概要

《网络营销推广实战宝典》是一本较系统地介绍网络营销推广实战的教程，作者用10年的实战经验，凝聚成了本书。

书中无太多长篇大论，全部是真刀真枪的实操。

书中涉及的技巧和方法，都是作者从实际操作中总结出来的成功经验。

同时，作者的许多学生，也都用自己的实际行动，验证了这些方法的可行性，所以本书的含金量非常高。

《网络营销推广实战宝典》几乎把全部的网络营销推广方法都囊括了进来，包括qq推广、软文推广、论坛推广、sns推广、问答推广、百科推广、分类信息推广、rss推广、电子书推广、图片推广、活动推广、资源合作推广、网络推广、新闻营销、软文营销、论坛营销、博客营销、微博营销、edm、数据库营销、网络游戏植入营销、事件营销、口碑营销、病毒营销、免费策略营销、饥饿营销、借力营销、网络危机公关、seo、sem等。

而且每种方法都写明了如何操作，甚至列举了许多应用案例。

《网络营销推广实战宝典》适用人群：想通过网络创业的人士、个人站长、网店店主、想转行或从事网络营销行业者、想在职提升的从业人员、想通过网络拓展业务的传统企业管理人员。

## <<网络营销推广实战宝典>>

### 作者简介

江礼坤，弘亚美联（北京）科技有限公司总经理，著名网络营销推广网站“推一把”创始人，中搜特约网络营销顾问，百度互联网创业者俱乐部特约专家。从业10年有余，长期致力于网站策划运营、网络营销推广、SEM/SEO等方面的研究与实践工作，曾帮助多家企业和网站通过网络营销成功盈利或是商业化。其创办的“推一把网络营销学院”，已成功培养出千余名网络营销人才。

作者新浪微博地址：[www.weibo.com/jianglikun](http://www.weibo.com/jianglikun)

作者腾讯微博地址：[t.qq.com/jianglikuncom](http://t.qq.com/jianglikuncom)

## <<网络营销推广实战宝典>>

### 书籍目录

#### 《网络营销推广实战宝典》

#### 第1章 网络营销推广综述

##### 1.1 为什么要学习网络营销

##### 1.2 什么人适合学习网络营销

###### 1.2.1 创业者的机遇

###### 1.2.2 管理者的尴尬

###### 1.2.3 失业者的选择

##### 1.3 网络推广与网络营销的区别

##### 1.4 网站建设、网络营销、网络推广、seo 之间的关系

#### 第2章 网络推广方法

##### 2.1 im推广 (qq推广)

###### 2.1.1 什么是im推广

###### 2.1.2 qq推广的特点

###### 2.1.3 qq适合什么样的推广

###### 2.1.4 qq设置技巧

###### 2.1.5 qq沟通技巧

###### 2.1.6 加群注意事项

###### 2.1.7 建群注意事项

###### 2.1.8 qq群推广技巧

###### 2.1.9 如何查找目标群

###### 2.1.10 其他可以利用的qq功能

###### 2.1.11 im营销

###### 2.1.12 应用案例

###### 2.1.13 本节任务

##### 2.2 友情链接

###### 2.2.1 友情链接的作用

###### 2.2.2 什么是优质的链接

###### 2.2.3 坚决不换的链接

###### 2.2.4 交叉链

###### 2.2.5 获取链接的渠道

###### 2.2.6 建立友情链接管理表

###### 2.2.7 本节任务

##### 2.3 软文推广

###### 2.3.1 什么是软文推广

###### 2.3.2 如何写新闻类软文

###### 2.3.3 如何找新闻点

###### 2.3.4 如何写行业类软文

###### 2.3.5 如何写用户类软文

###### 2.3.6 如何扩大软文的推广效果

###### 2.3.7 本节任务

##### 2.4 论坛推广

###### 2.4.1 什么是论坛推广

###### 2.4.2 论坛推广的几个阶段

###### 2.4.3 论坛推广操作步骤1：了解需求

###### 2.4.4 论坛推广操作步骤2：寻找目标论坛

## <<网络营销推广实战宝典>>

- 2.4.5 论坛推广操作步骤3：熟悉目标论坛
- 2.4.6 论坛推广操作步骤4：注册账号，混个脸熟
- 2.4.7 论坛推广操作步骤5：准备内容
- 2.4.8 论坛推广操作步骤6：“马甲”来炒
- 2.4.9 应用案例
- 2.4.10 本节任务
- 2.5 博客推广
  - 2.5.1 什么是博客推广
  - 2.5.2 博客群建
  - 2.5.3 品牌博客
  - 2.5.4 博客的搭建
  - 2.5.5 本节任务
- 2.6 sns推广
  - 2.6.1 什么是sns推广
  - 2.6.2 账号策略
  - 2.6.3 添加好友
  - 2.6.4 最有效的手段——转帖
  - 2.6.5 十大终极方法
  - 2.6.6 sns营销
  - 2.6.7 应用案例
  - 2.6.8 本节任务
- 2.7 问答推广
  - 2.7.1 什么是问答推广
  - 2.7.2 回答问题
  - 2.7.3 自问自答
  - 2.7.4 应用案例
  - 2.7.5 本节任务
- 2.8 百科推广
  - 2.8.1 什么是百科推广
  - 2.8.2 如何创建有效的百科词条
  - 2.8.3 本节任务
- 2.9 分类信息推广
  - 2.9.1 什么是分类信息推广
  - 2.9.2 分类信息推广的要点
  - 2.9.3 应用案例
  - 2.9.4 本节任务
- 2.10 rss推广
  - 2.10.1 什么是rss
  - 2.10.2 什么是rss推广
  - 2.10.3 rss推广的方法
  - 2.10.4 其他聚合式推广
  - 2.10.5 本节任务
- 2.11 电子书（电子杂志）推广
  - 2.11.1 什么是电子书推广
  - 2.11.2 电子书的制作
  - 2.11.3 电子书的传播
  - 2.11.4 电子杂志

## <<网络营销推广实战宝典>>

2.11.5 实用案例

2.11.6 本节任务

2.12 图片推广

2.12.1 什么是图片推广

2.12.2 图片推广的形式

2.12.3 成功案例

2.12.4 本节任务

2.13 活动推广

2.13.1 什么是活动推广

2.13.2 策划活动的要点

2.13.3 活动的形式

2.13.4 撰写活动方案

2.13.5 方案范文

2.13.6 本节任务

2.14 资源合作推广

2.14.1 什么是资源合作推广

2.14.2 合作推广的基本步骤

2.14.3 如何挖掘资源

2.14.4 资源合作的形式

2.14.5 合作的心态很重要

2.14.6 应用案例

2.14.7 本节任务

第3章 网络营销方法

3.1 网络广告

3.1.1 什么是网络广告

3.1.2 网络广告的形式

3.1.3 网络广告计费方式

3.1.4 网络广告投放步骤

3.1.5 网络广告数据监测

3.1.6 成功案例

3.2 新闻营销

3.2.1 什么是新闻营销

3.2.2 新闻营销的要点

3.2.3 新闻营销的借势策略

3.2.4 新闻营销的造势策略

3.2.5 新闻的发布

3.2.6 成功的标准

3.2.7 本节任务

3.3 软文营销

3.3.1 什么是软文营销

3.3.2 案例：脑白金的软文营销

3.3.3 软文营销的特点

3.3.4 软文营销的策略

3.3.5 实施时的注意事项

3.3.6 实战任务

3.4 论坛营销（社区营销）

3.4.1 什么是论坛营销

## <<网络营销推广实战宝典>>

### 3.4.2 论坛营销的要素

#### 3.4.3 论坛营销操作步骤1：了解需求

#### 3.4.4 论坛营销操作步骤2：找到最佳的卖点

#### 3.4.5 论坛营销操作步骤3：制造不同阶段的话题

#### 3.4.6 论坛营销操作步骤4：互动的的设计

#### 3.4.7 论坛营销操作步骤5：阶段性的手段和方案

#### 3.4.8 论坛营销操作步骤6：数据的监控

#### 3.4.9 不火的原因

#### 3.4.10 应用案例

#### 3.4.11 本节任务

### 3.5 博客营销

#### 3.5.1 什么是博客营销

#### 3.5.2 博客营销的特点和优势

#### 3.5.3 博客营销的形式和策略

#### 3.5.4 博客营销的要点

#### 3.5.5 实用案例

#### 3.5.6 本节任务

### 3.6 微博营销

#### 3.6.1 什么是微博营销

#### 3.6.2 微博营销的特点

#### 3.6.3 微博营销的作用

#### 3.6.4 如何增加粉丝

#### 3.6.5 微博营销的操作要点

#### 3.6.6 本节任务

### 3.7 电子邮件营销 (edm)

#### 3.7.1 什么是电子邮件营销

#### 3.7.2 电子邮件营销的特点

#### 3.7.3 电子邮件营销的作用

#### 3.7.4 如何获得邮件地址

#### 3.7.5 许可式电子邮件营销的内容策略

#### 3.7.6 非许可式电子邮件营销的伪装策略

#### 3.7.7 邮件营销的一些注意事项

#### 3.7.8 监测数据

#### 3.7.9 本节任务

### 3.8 数据库营销

#### 3.8.1 什么是数据库营销

#### 3.8.2 数据库营销的特点

#### 3.8.3 数据库营销的作用

#### 3.8.4 数据库营销的实施步骤

#### 3.8.5 应用案例

#### 3.8.6 本节任务

### 3.9 网络游戏植入营销

#### 3.9.1 什么是网络游戏植入营销

#### 3.9.2 网络游戏植入营销的特点

#### 3.9.3 网络游戏植入营销的方式

#### 3.9.4 本节任务

## 第4章 网络营销组合拳

## <<网络营销推广实战宝典>>

### 4.1 事件营销

- 4.1.1 什么是事件营销
- 4.1.2 事件营销的作用
- 4.1.3 事件营销的内容策略
- 4.1.4 事件营销的操作要点
- 4.1.5 简单的事件营销方案

### 4.2 口碑营销

- 4.2.1 什么是口碑营销
- 4.2.2 口碑营销的步骤
- 4.2.3 如何引发口碑效应
- 4.2.4 策划口碑营销的关键

### 4.3 病毒营销

- 4.3.1 什么是病毒营销
- 4.3.2 口碑营销与病毒营销的区别
- 4.3.3 病毒营销操作步骤1：制造病毒
- 4.3.4 病毒营销操作步骤2：发布病毒
- 4.3.5 病毒营销操作步骤3：病毒的变种和再传播
- 4.3.6 成功案例

### 4.4 免费策略营销

- 4.4.1 什么是免费策略营销
- 4.4.2 免费的目的和策略
- 4.4.3 免费策略营销的形式
- 4.4.4 成功案例

### 4.5 饥饿营销

- 4.5.1 什么是饥饿营销
- 4.5.2 饥饿营销的步骤
- 4.5.3 实际应用

### 4.6 借力营销

- 4.6.1 什么是借力营销
- 4.6.2 借力营销借什么

### 4.7 网络危机公关

- 4.7.1 什么是网络危机公关
- 4.7.2 网络危机公关操作步骤1：堵住信息根源
- 4.7.3 网络危机公关操作步骤2：进行正面澄清
- 4.7.4 网络危机公关操作步骤3：删除负面信息
- 4.7.5 网络危机公关操作步骤4：压制负面信息

### 4.8 其他

## 第5章 sem

### 5.1 什么是sem

### 5.2 seo

- 5.2.1 seo的规则是什么
- 5.2.2 网站应该如何优化
- 5.2.3 常见的seo误区

### 5.3 竞价排名

- 5.3.1 关键词精准度
- 5.3.2 引导页
- 5.3.3 话术的设计



## <<网络营销推广实战宝典>>

5.3.4 搜集用户线索与跟进

5.3.5 数据监测与优化

5.4 竞价分析案例

5.4.1 总体投放概述

5.4.2 问题深入分析之一：匹配词问题

5.4.3 问题深入分析之二：广告创意问题

5.4.4 投放优化建议

5.5 百度底层营销

5.5.1 什么是百度底层营销

5.5.2 百度底层营销的特点

5.5.3 如何实施百度底层营销

5.6 站外辅助

第6章 网络营销七步引导法

6.1 网络营销第一步：明确目标

6.2 网络营销第二步：明确目标用户

6.3 网络营销第三步：明确目标用户的特征

6.4 网络营销第四步：明确目标用户集中的平台

6.5 网络营销第五步：针对用户特点展示产品亮点

6.6 网络营销第六步：确定策略和方法

6.7 网络营销第七步：将执行进行到底

6.8 效果监控与评测

6.8.1 建立合理的营销目标

6.8.2 监控数据

6.8.3 计算用户价值

6.8.4 计算渠道成本

6.8.5 渠道优化

第7章 实战运用

7.1 如何积累人脉

7.1.1 积累人脉的核心思想

7.1.2 积累人脉方法一：qq

7.1.3 积累人脉方法二：线下活动

7.1.4 积累人脉方法三：混论坛

7.1.5 积累人脉方法四：撰写文章

7.2 如何打造名博

7.2.1 建立博客的好处

7.2.2 博客定位

7.2.3 内容策略

7.2.4 学会与用户互动

7.2.5 博客的推广

7.3 如何运营推广资讯类网站

7.3.1 资讯站的定位

7.3.2 资讯站的主题分类

7.3.3 资讯站的运营要点

7.3.4 通过内容页做流量

7.3.5 资讯站的推广重点

7.4 如何运营推广论坛社区

7.4.1 论坛社区为什么如此难推广

## <<网络营销推广实战宝典>>

- 7.4.2 论坛的板块策略
- 7.4.3 论坛的内容策略
- 7.4.4 论坛的用户组策略
- 7.4.5 论坛的积分策略
- 7.4.6 论坛的任务策略
- 7.4.7 论坛的勋章策略
- 7.4.8 论坛的明星策略
- 7.4.9 第三方的插件
- 7.4.10 论坛的团队建设
- 7.4.11 论坛的推广
- 7.5 淘宝运营和营销推广
  - 7.5.1 对内建设之店铺装修
  - 7.5.2 对内建设之产品分类
  - 7.5.3 对内建设之产品展示页
  - 7.5.4 对内建设之产品描述
  - 7.5.5 对内建设之信用建设
  - 7.5.6 对外推广之淘宝内部免费推广
  - 7.5.7 对外推广之淘宝内部付费推广
  - 7.5.8 对外推广之淘宝外部推广
- 7.6 企业网络营销的难点
- 7.7 神奇的单页面营销
  - 7.7.1 单页面营销步骤1：建立页面
  - 7.7.2 单页面营销步骤2：流量导入
  - 7.7.3 单页面营销步骤3：抓住潜在用户
  - 7.7.4 单页面营销步骤4：二次销售——成交
- 第8章 草根达人访谈
  - 8.1 燕涛谈网站运营管理及经验分享
  - 8.2 谭铭臻谈如何做好淘宝网
  - 8.3 吴锋推广新秀的抉择之路与团队经验分享
  - 8.4 周锦增的独家网络推广经验分享
  - 8.5 刘经赞谈医院网络营销与百度竞价
  - 8.6 常诚谈搜索引擎与门户网站的运营及发展
- 附录 相关博客推荐

章节摘录

版权页：插图：第二，标题要符合用户搜索习惯。

当我们将软文发布到各大网站或媒体后，就相当于守株待兔，等着用户到这些媒体上观看。

但是问题出来了，当这些网站或媒体上的新内容将老内容替换更新掉后，我们的信息会被埋没，用户就找不到我们了。

那有没有一种方法可以让目标用户主动找到我们呢？

答案就是在标题上下工夫。

因为大家都知道，很多人找信息是通过搜索引擎来进行的，所以我们的标题若能符合用户的搜索引擎，将会大大增加文章的曝光率。

而且这个效果是持续的，只要有用户搜索，我们就会被曝光。

大家可以到百度尝试搜索以下关键词：“如何推广商城”、“如何推广网络商城”、“如何推广网上商城”、“推广网络商城”、“推广网上商城”、“怎么推广商城”、“怎么推广网络商城”、“怎么推广网上商城”等，就会发现其中的秘密。

只要搜索与“推广商城”有关的词，在结果页中都会看到一篇笔者发布于2009年3月15日的文章《网络推广之如何推广网上商城》。

第三，在标题中植入要推广的信息。

用户阅读文章的顺序是先看标题，然后单击标题进入正文。

但是标题写得再好，也不可能让所有的人都产生单击的欲望。

像笔者曾经做过一个统计，点击率最高的文章，也只有10%。

也就是说100个看到标题的人中，能有10个单击的，已经算是非常高了。

但是用户不去阅读正文，我们就无法影响到他，有没有折中的办法呢？

有，直接把要推广的信息植入到标题当中即可。

比如《基因靶向护心一号治疗心脏病前景乐观》一文，标题中虽然只有短短十几个字，却已经将要推广的产品信息完美演绎。

用户看完标题后即使不阅读正文也没关系，因为推广的目的已经达到。

2.排版文章排版格式要正确，这是小学时老师就强调过的知识。

但是在实际工作中，恰恰很多人忽略了这一点，不懂得正确排版。

听起来好像有点不可思议，但绝不是危言耸听。

笔者以往做编辑时收到的来稿中（包括软文等），绝大部分的排版都有问题。

甚至在“推一把”网站每天的来稿中，排版的合格率不足10%。

## <<网络营销推广实战宝典>>

### 媒体关注与评论

我是推一把网络营销第八期学员。

在过去几年的时间，我曾参加过很多网络营销培训，也看过很多网络营销书籍。

参加“推一把”江老师的课程后，发现推一把网络营销是我接触过最专业、最系统、最全面的网络英才系统。

——今日英才教育集团创始人黄一鸣互联网营销现在已经是多维的学科，熟悉其中的一招一式已经不能做到克敌制胜了，未来的网络营销工作必须要做到多管齐下，同时要善于打组合拳，必要的时候更要有必杀技，而江礼坤的这本书的特点就是比较全面系统，侧重于方法和执行，值得推荐！

——新东方教育科技集团互动中心负责人饶凯本书介绍了网络营销的系统知识，涉及推广中诸多很重要但容易被我们忽略的细节。

另外，书中的很多实践案例让我们对网络营销效果更直观体会，是一本值得推荐的网络营销学习资料。

——SEOWHY.COM创始人夫唯如何评价一本书是否为好书？

总结有3个评判原则：不把自己当圣人，不把读者当傻子。

经典非流行。

“授人以鱼不如授人以渔”。

最符合标准的“好书”应该是字典，也许你不曾随身携带，但绝对会开卷有益。

推荐本书的原因就是：这是一本网络营销人员必备的“字典”。

——百度联盟事业部经理王彬礼坤对网络营销推广进行了一次全景式的概览与知识点的全面扩充，全球国际品牌的营销推广方式已经大幅退出电视网、报刊媒体与户外广告，互联网将成为国际品牌竞争的主战场。

这本书有助于公司和个人怀以梦想挑战互联网，迎接这一规模空前的趋势，丰富的教学实例也是网络营销推广新从业者的必备指南。

——美国卓学管理科学研究院执行院长朱则荣网络营销在中国互联网界已经有很多年的历史了，在这些年间，也有不少牛人写过关于网络营销的书籍，但要么是过于笼统，要么是语言过于深奥难以理解。

江礼坤这本书的不同之处在于系统、全面、实战，是每个欲从事网络营销职业的朋友的入门级读物。

希望中国未来能有越来越多认真研究网络营销的人才，我想，这也是老江要出版这本书的初衷吧。

——猪八戒网副总裁丁然你愿意无休止地花钱购买流量做推广，做电商？

还是愿意获得一位在网络推广上实践多年的专业人士的宝贵经验分享？

江礼坤是我多年的朋友，他帮助了很多电商企业和学员，他勤奋、专注、孜孜不倦地帮助企业培训人才，长期进行网络营销实践。

江礼坤无私地分享了网络营销的方法论，也给出了很多独特的经验和方法。

《网络营销推广实战宝典》阐述了网络营销的精髓，操作方法独到，令人心悦诚服！

——F团渠道合作总监陈力江礼坤的《网络营销推广实战宝典》绝对是从事互联网营销者的必读之书，此书系统且详细地阐述了互联网营销及推广的各种方法，非常实用！

互联网正在以不可想象的速度发展，每天都有新的技术及应用，但无论互联网如何发展，它都是所有行业公司重要的使用工具。

此书的诞生，使我们可以全面了解互联网营销与推广，更重要的是，如何高效、正确地使用互联网！

——易观国际集团品牌市场总经理韩笑这是一本值得收藏的书，这本书可以让你快速了解各种网络营销手法，但又不仅仅是各种营销手法的详细讲解。

整体上还有江礼坤多年对网络营销经验的总结，里面带有极强的实战理论经验，让人面对新兴的互联网产品也能快速上手进行推广营销。

——新浪微博陈建闽《网络营销推广实战宝典》一书通俗易懂、实战性强，是初入网络营销行业的导师，让你在网络营销推广中少走弯路，针对不同行业选择有效推广方法与策略进行精准化营销，希望读者都可以从本书中受益。

## <<网络营销推广实战宝典>>

江礼坤先生以丰富的网络营销培训与实践经验，花费近两年时间整理与编著，认真负责的态度让人敬佩！

——天极传媒aFocus公司SEM总监李唐本书有三大特点：一是内容全面，便于入门者了解网络营销需要掌握的各方面知识，再结合自己的实际情况实施；二是侧重实战，本书没有长篇大论，作者撰写了比较多的实用技巧，很多细节对于营销的最后效果都会有直接影响；三是案例分析，各个章节中都有很吸引人的案例描述，然后进行分析、总结，很有启发。

——《GoogleAdSense实战宝典》作者祁劲松从产品到营销再到服务，其实互联网并没有改变“商业”上的任何本质，这是“道”；在新的科技时代，“术”会不断更新和升级，好的企业自然需要在对于“道”的领悟之外，还要掌握与时俱进的所有“术”。

网络营销中的所有方法、渠道必定是武装自己、制胜未来的十八般兵器。

——《互联网之达芬奇密码》作者MullHc

<<网络营销推广实战宝典>>

编辑推荐

《网络营销推广实战宝典》：凝聚笔者从业十年的网络营销推广实战经验，助您轻松提高应用技巧！

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>