

<<电子商务网站推广>>

图书基本信息

书名：<<电子商务网站推广>>

13位ISBN编号：9787121171741

10位ISBN编号：7121171740

出版时间：2012-6

出版时间：电子工业出版社

作者：童红斌 编

页数：281

字数：460800

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>

<<电子商务网站推广>>

内容概要

童红斌主编的《电子商务网站推广》将整个电子商务网站推广的工作过程分成4个环节共计8个项目具体体现出来，以培养读者具备网站推广所要求的职业素质和职业技能为目标。全书包括认识电子商务网站推广、电子商务网站推广方案策划、电子商务网站推广之搜索引擎推广、电子商务网站推广之网络广告推广、电子商务网站推广之E—mail推广、电子商务网站推广之博客和微博推广、电子商务网站推广之其他推广方式和电子商务网站推广评估管理共8个项目。在内容的设计上，本书着重强调了项目的具体实施，以翔实的语言描述了各种电子商务网站推广方法的操作实施过程，以帮助读者全面地掌握电子商务网站推广的应用技巧。

《电子商务网站推广》既可作为高职高专院校的电子商务、计算机应用、信息管理等专业学生的专业用书，也可以作为网站推广爱好者自学的参考书和其他培训用书。由于网站推广和网络营销有着较强的内在联系，因此本书对网络营销爱好者和从业人员也有一定的参考价值。

<<电子商务网站推广>>

书籍目录

- 项目一 认识电子商务网站推广
 - 任务一 电子商务网站推广认知
 - 任务二 电子商务网站推广岗位调研
 - 任务三 知名电子商务网站推广模式比较
 - 习题
- 项目二 电子商务网站推广方案策划
 - 任务一 企业形势分析
 - 任务二 制订网站推广规划
 - 任务三 投资估算和评估考核
 - 习题
- 项目三 电子商务网站推广之搜索引擎推广
 - 任务一 企业网站SEO现状分析
 - 任务二 关键字优化
 - 任务三 网页再设计与优化
 - 任务四 链接优化
 - 习题
- 项目四 电子商务网站推广之网络广告推广
 - 任务一 策划网络广告
 - 任务二 设计制作网络广告
 - 任务三 投放网络广告
 - 任务四 网络广告效果监控与评价
 - 习题
- 项目五 电子商务网站推广之Email推广
 - 任务一 策划E-mail推广方案
 - 任务二 收集邮件列表
 - 任务三 设计制作邮件内容
 - 任务四 邮件发送和效果监控与评估
 - 习题
- 项目六 电子商务网站推广之博客和微博推广
 - 任务一 博客营销
 - 任务二 微博营销
 - 习题
- 项目七 电子商务网站推广之其他推广方式
 - 任务一 论坛营销推广
 - 任务二 网络视频营销推广
 - 任务三 事件营销推广
 - 任务四 登录导航网站推广
 - 习题
- 项目八 电子商务网站推广评估管理
 - 任务一 统计电子商务网站推广效果
 - 任务二 电子商务网站评价
 - 习题
- 附录A 课后习题答案
 - 项目一
 - 项目二

<<电子商务网站推广>>

项目三
项目四
项目五
项目六
项目七
项目八
参考文献

<<电子商务网站推广>>

章节摘录

版权页：插图：电子商务网站推广是指在电子商务网站的建设和发展过程中，为了提高网站的知名度和影响力，突出网站特色，提升网站浏览率和关注度，从而打造网站品牌并以此带动整个电子商务网站全部营销活动有效开展而进行的全部推广、宣传及网站延伸建设活动。

换言之，就是通过各种信息化技术手段，把你的网站展示到你的目标受众面前，让更多的用户知道你的网站的网址，让他们认识你的网站，并最终登录你的网站，成为你的客户。

理解电子商务网站推广的含义，应把握以下几点。

(1) 电子商务网站推广工作贯穿电子商务网站建设的整个过程。

电子商务网站推广是一个系统的、复杂的工程，必须在电子商务网站建设的各个环节充分认识并做好阶段工作，才能以较少的资源投入取得较好的效果。

在电子商务网站建设策划阶段，应同时进行网站推广工作的策划。

在电子商务网站建设过程中，应在策划的基础上，遵循利于电子商务网站推广的方式进行网站建设。

如考虑如何使目标网站符合用户浏览习惯、对搜索引擎友好等，以免在网站建设完成后进行网站结构重新优化等返工。

在电子商务网站建成发布之后，即开始网站推广的实质性工作。

(2) 电子商务网站推广必须有明确的目标。

电子商务网站推广作为企业电子商务战略中一项重要的工作，有着特殊的使命。

一般情况下，电子商务网站推广至少承担了以下目标之一。

扩大网站知名度、影响力。

这是电子商务网站推广最直接的目标。

网站的知名度和影响力上升了，才能给企业带来更多的潜在客户，提升企业在所属行业的影响力。

恰当的比喻是网站的知名度，犹如传统企业所处的地理位置。

网站知名度高了就相当于传统企业坐落在一个繁华闹市的黄金地段一样，有着川流不息的人流，将带来莫大的商机。

塑造企业品牌形象、提升企业品牌价值。

电子商务网站是企业区别于线下的另一重要渠道，网站的牌子就犹如传统环境下企业的牌子，或者说是企业品牌的一个重要展示窗口。

因此如何通过网站宣传、塑造企业品牌形象，是企业网站推广的重要目标。

提高网站流量、交易额。

无论是提升知名度还是塑造企业品牌形象，最终目的都是为获取利润做好准备。

因此电子商务网站推广的另一关键目标是如何提升网站的客户访问量和客户转化率，最终促进企业商品或服务销售。

(3) 电子商务网站推广是企业电子商务战略的重要组成部分。

传统企业在生产、经营、销售和客户服务等全环节实施电子商务，建设企业网站是重中之重。

而一个企业网站也只有有在宣传推广之后，具备一定流量、知名度的基础上，才能发挥其在企业电子商务化过程中的特殊作用。

<<电子商务网站推广>>

编辑推荐

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>