

<<70天分销联盟实战>>

图书基本信息

书名：<<70天分销联盟实战>>

13位ISBN编号：9787121196614

10位ISBN编号：7121196611

出版时间：2013-3

出版时间：电子工业出版社

作者：伊维根·基诺·帕拉斯科夫

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>

<<70天分销联盟实战>>

内容概要

《70天分销联盟实战:网络广告赚钱秘诀》被喻为联盟项目管理中的教科书。

《70天分销联盟实战:网络广告赚钱秘诀》包括大量的联盟营销方法、策略及信息资源，并一点一滴地娓娓道出，不仅可以使一个毫无联盟营销经历的读者简单快速地开始联盟营销，还可以使有联盟营销经历的读者提高他们的联盟营销能力，成为联盟营销达人。

书中谈及了很多如何建立合作关系，以及团队管理的方法和策略。

因此，《70天分销联盟实战:网络广告赚钱秘诀》不仅在营销领域中有指导意义，在其他的社会领域中同样具有广泛的指导意义。

<<70天分销联盟实战>>

作者简介

作者：（摩尔）伊维根·基诺·帕拉斯科夫（Evgenii Geno Prussakov）译者：蔡雷 宋静波 巩忠玉 伊维根·基诺·帕拉斯科夫，国际知名的分销联盟营销管理专家，分销联盟管理和咨询公司Affilinomics的创始人和总裁。

他曾为顶级品牌公司如福布斯、贺曼、诺基亚、华纳音乐、斯盖普、福瑞斯和其他很多知名公司提供咨询。

他是Website、FeedFront网、Reverlue Performarice网、Visibility和大量的行业博客的定期投稿者。

他有自己的分销联盟营销博客。

并被授予“2010年最好的分销联盟营销博主”称号。

他还在重要的产业贸易展览上发言，包括分销联盟营销峰会、分销联盟营销大会及展会、度量营销优化峰会、PLJbCorl大会、互联网营销会议和其他一些会议。

<<70天分销联盟实战>>

书籍目录

第1篇历史和术语 第1章理解分销联盟营销2 1.1何为分销联盟营销3 1.2分销商、次分销商和超级分销联盟4 1.3分销联盟营销的普遍性9 1.4分销联盟机构的销售渠道和分类9 1.5流行度16 第2章预算、支付及相关考虑17 2.1预算18 2.2绩效模式19 2.3与其他渠道的互动22 2.4逆转政策及相关考虑24 2.5对非逆转政策的考虑27 第2篇第一个月：项目开发前的调查和分析 第3章第1周：竞争营销分析30 3.1周一：理解SWOTT分析理论31 3.2周二：辨析优势和劣势33 3.3周三：评估机会、趋势和威胁34 3.4周四：将分析报告递交给上级/客户36 3.5周五：制定竞争情报战略38 第4章第2周：理解跟踪和报告44 4.1周一：评估分支机构网络45 4.2周二：理解CPA网络及运行方式53 4.3周三：评估内部解决方案58 4.4周四：分析付款选择方式61 4.5周五：理解网络存储器代码的重要性64 第5章第3周：评估计划管理选项66 5.1周一：了解基本内容67 5.2周二：期望定向71 5.3周三：资格认证概述74 5.4周四：权衡内部与外包的解决方案75 5.5周五：决定佣金并草拟合同方案77 第6章第4周：确定付酬模式和网络存储器代码使用模式85 6.1周一：确定需要使用的付酬模式86 6.2周二：决定自己是否需要双重项目90 6.3周三：研究网络存储器代码保留数据并做总结91 6.4周四：计算奖金预算数额95 6.5周五：确定总体支付条件99 第3篇第二个月：开始你的分销联盟项目 第7章第1周：开发创意储备104 7.1周一：了解分销联盟者使用的创意类型105 7.2周二：了解并整合文本链接112 7.3周三：了解横幅的使用和受欢迎的尺寸114 7.4周四：了解横幅创作的错误并制作横幅117 7.5周五：开发动态的创意政策121 第8章第2周：数据传送、优惠券和插件123 8.1周一：学习数据传送124 8.2周二：学习规避常见的数据传送错误127 8.3周三：发掘数据传送导入选项130 8.4周四：开发你的优惠券策略138 8.5周五：了解附加程序和插件144 第9章第3周：研究和开发项目政策148 9.1周一：制定你的优惠券和折扣政策149 9.2周二：开发你的商标政策153 9.3周三：制定有关忠诚度与回扣的会员政策158 9.4周四：阐述你对分销联盟披露的意见162 9.5周五：完成你的分销联盟计划合约168 第10章第4周：最后叮咛177 10.1周一：实施追踪并监测系统178 10.2周二：准备三份电子邮件模板179 10.3周三：成立联盟计划的支援基地187 10.4周四：准备公告文本196 10.5周五：汇编关键词列表和畅销品列表199 第4篇第三个月：实施计划和管理分销联盟计划 第11章第1周：实施分销联盟计划，招募分销联盟会员206 11.1周一：公开实行计划207 11.2周二：学习招募分销联盟会员的方式和技巧212 11.3周三：开发可直接联系的招募策略219 11.4周四：制定社交媒体方法228 11.5周五：准备参加会议和展示会232 第12章第2周：计划分销联盟通信策略234 12.1周一：研究分销联盟机构首选的通信方式235 12.2周二：决定通信频率和方法238 12.3周三：学习如何整合分销联盟简讯241 12.4周四：发动社会媒体的力量247 12.5周五：开始写分销联盟计划博客，编写常见问题及解决教程251 第13章第3周：项目管理255 13.1周一：分销联盟机构分类256 13.2周二：开发防止欺诈的政策和强制规则258 13.3周三：开始创建分销联盟者资料262 13.4周四：从管理到领导264 13.5周五：做变革型的领导270 第14章第4周：分销联盟激励273 14.1周一：学习激励的一般知识及向营销人员营销的特殊知识274 14.2周二：学习权变理论278 14.3周三：了解外部激励如何起作用282 14.4周四：学习内部激励286 14.5周五：实现自我最优化的方法290 第5篇第四个月：高级管理和分析 第15章第1周：学习应对寄生现象和问题分销联盟机构292 15.1周一：在分销联盟申请中识别危险信号293 15.2周二：了解分销联盟寄生现象298 15.3周三：了解广告软件和工具栏302 15.4周四：监督商标侵权306 15.5周五：了解优惠券盗窃和山寨网站311 第16章第2周：掌握分销联盟项目的分析和优化315 16.1周一：理解关键业绩指标与度量单位316 16.2周二：分割测试提高转换率318 16.3周三：探索替代的跟踪方案和补偿模式324 16.4周四：加入竞争情报329 16.5周五：分析项目进程，成为职场间谍333 第17章需要规避的致命性错误337 17.1失误、错误，以及从中学到的经验338 17.2贸易商易犯的15个错误338 17.3分销联盟项目管理易犯的25个错误344 第18章分销联盟项目推广思路353 18.1分享创意354 18.2为优秀分销人员提供更好的基础条件355 18.3赠送免费域名355 18.4等差奖金356 18.5对于优秀分销工具的联合品牌命名356 18.6细分产品357 18.7学会庆祝358 18.8推行“快乐工作周”359 18.9浮动佣金制365 18.10红利周366 18.11与佣金密切相关的业绩增长366 18.12提供三倍佣金367 18.13猜猜奖368 18.14员工来“试驾”369 18.15提供百分百支付佣金370 18.16“免费制图帮助”周370 18.17第三份生意上门，就奖励371 18.18用现金支付所有费用371 18.19跨项目推销活动372 18.20动态脚本373 18.21佣金战373 18.22给销售能手发放独家优惠券374 18.23时间敏感的私人供应374 18.24免费内容帮助375 18.25激活奖励375 18.26把销售变成竞争377 缩略词词汇表378

<<70天分销联盟实战>>

章节摘录

版权页：插图：（4）数据传送中有直接的URL。

因为一些网站的结构可能在网站内部的产品页面之间包含交叉引用，所以必须在你的数据传送中避免直接的URL。

（5）相同的产品描述。

有一些贸易商在他们的数据传送里为每个产品展示相同的产品描述（至少在前250个字符里），这是因为数据是从贸易商的数据库中导出的，每个产品描述都以相同的方式开始之后在文本的后面部分列示不同点。

分销联盟者也许没有200~250个字符的空间给每个产品描述！

在提供给分销联盟者的描述开头就列示重要的参数如尺寸、颜色、产品生产材料及其他特定产品的特征。

（6）重大的数据传送变化。

如果要对数据传送做出重大变化，在开始前与分销联盟者讨论，询问他们的反馈，找出其他他们想要改变或添加的事项。

在你实施改变之后，提示你的分销联盟者你即将上传新的界面。

上传之后通知他们新的界面可以使用了。

不要对你的数据传送太频繁地做出重大改变。

添加新的产品、删除没有库存的产品、重新定义产品描述，以及把特定产品的关键词添加到顾客栏里都是可以的。

重大改变主要是指分类及子分类名和分组。

（7）数据传送上有卖完了且不会再上架的产品。

如果一个产品卖完了并且预计不会有新的了，把它从数据传送上删除。

确保你保存这个产品的缩略图或把它用一个相同大小的“卖完了”图片替换，但是如果产品不可能再上架了就不要把它的信息保留在数据传送上。

否则，你会有很多卖完了的产品在数据传送上，分销联盟者会继续在他们的网站上展示它们，最终的结果是令潜在的顾客失望。

（8）数据传送上展示过时的价格。

一些贸易商选择不在数据传送上展示价格，其他的被分销联盟网络要求展示。

如果你确实在数据传送中提到价格，确保你更新界面上价格与更新网站上的价格保持同步，并及时通知你的分销联盟者新价格。

如果这没有完成，你迟早会有麻烦，顾客会告诉你产品在互联网上以更低的价格展示并且让你遵循那些价格。

使用数据传送的贸易商要让使用数据传送的分销联盟者知道他们是自动更新数据传送/网站还是不展示价格。

（9）数据传送上有无用的数据确保你的界面不包含任何与分销联盟者使用产品的方式直接相关的信息。

你不必在里面包含所有可能的信息，仅包含对你的分销联盟者有用和数据传送规则要求的信息。

<<70天分销联盟实战>>

编辑推荐

《70天分销联盟实战:网络广告赚钱秘诀》通过告诉你在第几个月第几周应该干什么，来教你轻松建立并管理你的分销联盟计划，并使你最终获得利润。

<<70天分销联盟实战>>

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>