

图书基本信息

书名：<<实战网络营销宝典：网站赚钱谋略大全>>

13位ISBN编号：9787121216220

10位ISBN编号：7121216221

出版时间：2014-1

出版时间：电子工业出版社

作者：刘徽

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>

内容概要

本书是一本关于网络运营方面的书籍，系统介绍了网站进行网络运营过程中的相关知识，全书分为6个部分进行阐述，分别为做有价值的网站、网站推广、促进销售、网赚营销、网站后端以及电商管理。

本书适用于学生、网络营销人员、中小型网站经营者和独立的创业者，同时也适用于对网络营销感兴趣的所有读者。

书籍目录

第1章 做有价值的网站——营销型网站的建立	1
1.1 商业模式	3
1.1.1 产品因素	4
1.1.2 盈利模式	19
1.1.3 企业运营模式	22
1.1.4 企业管理文化	32
1.2 营销型网站的建设	33
1.2.1 营销型网站建站步骤	34
1.2.2 如何建设营销型网站	37
1.3 品牌、内容、优化	49
1.3.1 品牌塑造	50
1.3.2 价值性内容的填充	53
1.3.3 良好的优化表现	55
第2章 网站推广——如何让流量滚滚而来	60
2.1 营销出发点	61
2.1.1 市场细分和目标市场	61
2.1.2 电子商务定位	61
2.1.3 竞争分析	62
2.2 搜索引擎优化	63
2.2.1 域名和主机对SEO的影响	63
2.2.2 关键词策略	66
2.2.3 网页设计制作	72
2.2.4 导航结构	73
2.2.5 框架结构	75
2.2.6 图片优化	76
2.2.7 页面减肥	76
2.2.8 链接策略	77
2.2.9 网页级别 (PR)	82
2.2.10 搜索引擎优化作弊	86
2.3 竞价推广	89
2.3.1 竞价的定义	89
2.3.2 搜索广告与内容广告的优缺点比较	90
2.3.3 影响竞价效果的几个因素	92
2.3.4 如何做竞价	96
2.4 门户广告	101
2.4.1 门户广告的相关概念	101
2.4.2 门户广告运作流程	110
2.5 视频营销	119
2.5.1 视频营销简介	120
2.5.2 视频病毒营销	121
2.6 E-mail营销	126
2.6.1 建立营销数据库	127
2.6.2 制作具有销售力的邮件内容	129
2.6.3 发送电子邮件	132
2.6.4 测试和评估	133

第3章 促进销售——给消费者一个购买理由 134

- 3.1 客户购买产品的流程 134
 - 3.1.1 产生需求 135
 - 3.1.2 初选 137
 - 3.1.3 分析评估 137
 - 3.1.4 购买时候 138
 - 3.1.5 购买后体验 138
 - 3.1.6 购后行为 139
- 3.2 客户购买产品的心理 140
 - 3.2.1 需求与欲望 140
 - 3.2.2 自我角色 142
 - 3.2.3 社会阶层与文化 143
 - 3.2.4 商业氛围 146
- 3.3 为什么客户只看不买 148
 - 3.3.1 客户毅然离开 149
 - 3.3.2 客户停留较长时间但最终离开 149
 - 3.3.3 客户咨询过但最后没购买 152
- 3.4 如何提高消费者的购买可能性 153
 - 3.4.1 如何吸引消费者的注意 153
 - 3.4.2 如何诱发消费者的兴趣 155
 - 3.4.3 如何激发消费者的购买欲望 157
 - 3.4.4 如何促成客户购买 161
- 3.5 客户的消费行为和精准策略 165
 - 3.5.1 十一种消费者类型及应对策略 165
 - 3.5.2 十种消费类型及对应营销对策 166
 - 3.5.3 人类十种行为特征 168
 - 3.5.4 人性的十大弱点 169
- 3.6 追销的科学与艺术 173
 - 3.6.1 提供个性化页面 173
 - 3.6.2 电子邮件追销 174
 - 3.6.3 先赚人再赚钱 178
 - 3.6.4 让客户参与进来 179
- 3.7 打造客户至尊体验 179
 - 3.7.1 店铺体验 180
 - 3.7.2 流程体验 181
 - 3.7.3 服务体验 185
- 3.8 打造顶尖级的销售团队 186
 - 3.8.1 基本素质 187
 - 3.8.2 客服基本技能 188
 - 3.8.3 电商客服的基本职能要求 189
 - 3.8.4 顶级销售团队能力培养 190

第4章 网赚营销——打造你的赚钱机器 203

- 4.1 增加客户数 204
 - 4.1.1 提高网站浏览量 205
 - 4.1.2 提高网站转化率 205
 - 4.1.3 客户开发与管理 211
- 4.2 增加平均交易值 224

- 4.2.1 如何提高产品价格 224
- 4.2.2 如何提高单次产品销量 234
- 4.3 增加回购频率 235
 - 4.3.1 保持客户沟通 236
 - 4.3.2 利用宣传报道 236
 - 4.3.3 提高客户忠诚度 238
- 第5章 后端营销——挖掘客户最大价值 267
 - 5.1 数据库营销 268
 - 5.1.1 数据库营销简介 268
 - 5.1.2 数据库营销实施步骤 269
 - 5.2 客户终身价值营销 278
 - 5.2.1 客户终身价值营销简介 278
 - 5.2.2 教育你的客户 281
 - 5.2.3 价值塑造 283
 - 5.2.4 激活与追销 286
 - 5.2.5 会员制营销 287
 - 5.2.6 网络品牌营销 290
 - 5.2.7 链式营销 295
 - 5.3 客户转介绍营销 296
 - 5.3.1 提高产品运营的可引荐性 297
 - 5.3.2 为引荐做探询 298
- 第6章 电商管理——打造高效运营平台 304
 - 6.1 行业概况 304
 - 6.1.1 国内行业概况 304
 - 6.1.2 国内电子商务困境 306
 - 6.1.3 国外电商概况 308
 - 6.2 电商企业架构 311
 - 6.2.1 商品管理部 312
 - 6.2.2 产品研发部 315
 - 6.2.3 运营部 318
 - 6.2.4 市场营销部 323
 - 6.2.5 仓储管理 329
 - 6.2.6 物流配送 343
 - 6.2.7 客户管理 346
 - 6.2.8 电商客服部 348
 - 6.2.9 电商支付体系 356
 - 6.3 打造高效电商团队 359
 - 6.3.1 团队的相关知识 359
 - 6.3.2 如何组建团队 360
 - 6.3.3 如何管理团队 365

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>