

<<网络营销基础与实践>>

图书基本信息

书名：<<网络营销基础与实践>>

13位ISBN编号：9787302051022

10位ISBN编号：730205102X

出版时间：2003-8

出版时间：清华大学出版社

作者：冯英健

页数：228

字数：296000

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>

<<网络营销基础与实践>>

内容概要

网络营销注重理论与实践相结合，操作方法和技巧往往比纯粹的理论更重要，但网络营销并不仅仅是一些操作方法的罗列，而是一个完整的网上经营体系。

本书第一次揭示了网络营销的实质 - 营造网上经营环境，也是第一次全面描述了网络营销的职能，并且建立起完整的网络营销方法体系，不仅介绍了大量具有实用价值的传统网络营销方法，也有很多最新的网络营销思想。

本书将网络营销看作企业营销战略的一个组成部分，提出了要用全面的观点综合评价网络营销效果，网络营销的意义在于企业整体效益最大化。

本书作者长期从事网络营销实践和研究，具有丰富的实践工作经验和较高的理论水平，因此本书不仅有助于全面理解网络营销的全貌，而且书中介绍的网络营销方法具有可操作性，这也是本书有别于其他相关书籍的重要特色之一，无论是企业高级管理人员、市场人员，还是网络营销的研究者、学习者，均能从本书中发现对自己有价值的内容；本书也可作为大专院校相关专业教材和各类培训教材。

<<网络营销基础与实践>>

书籍目录

第一部分 网络营销概述

第1章 正确认识网络营销

- 1.1 网络营销的含义
- 1.2 网络营销的职能和基本框架
- 1.3 网络营销常用方法及效果
 - 1.3.1 网络营销的常用方法
 - 1.3.2 网络营销方法与职能的关系
- 1.4 网络企业、传统企业与网络营销
- 1.5 小型企业如何开展网络营销
- 1.6 开展网络营销的基础条件
- 1.7 无站点网络营销
 - 1.7.1 企业上网初期的特点
 - 1.7.2 无站点网络营销方法
- 1.8 中国网络营销环境分析

第二部分 网络营销的基础--网站建设

第2章 网站的主要功能、内容及形式

- 2.1 企业网站的功能
- 2.2 网站的主要内容和形式
 - 2.2.1 企业上网的三种基本形式
 - 2.2.2 企业网站的基本内容
 - 2.2.3 企业网站什么内容最重要
- 2.3 企业网站真的有效吗
 - 2.3.1 决定企业网站作用的因素
 - 2.3.2 如何看待企业网站的价值
- 2.4 如何发挥网站的营销功能

第3章 网站建设中的主要问题

- 3.1 网站规划
- 3.2 域名选择和注册
 - 3.2.1 选择域名的一般原则
 - 3.2.2 多域名策略
- 3.3 网页设计要点
 - 3.3.1 网页设计对网络营销效果的影响
 - 3.3.2 走出网站设计的误区
 - 3.3.3 优秀网站的八项基本要素

[参考资料] 企业建站的基本原则

第三部分 网站推广

第4章 网站推广方法

- 4.1 搜索引擎注册
 - 4.1.1 辨识两种不同的搜索引擎
 - 4.1.2 搜索引擎注册全过程
 - 4.1.3 收费搜索引擎登记策略
 - 4.1.4 主要中英文搜索引擎列表
- 4.2 网站互助推广--交换链接
 - 4.2.1 建立交换链接的一般方法
 - 4.2.2 建立交换链接的常见问题

<<网络营销基础与实践>>

- 4.2.3 交换链接小技巧
- 4.3 网络社区营销
 - 4.3.1 网络社区的主要形式及作用
 - 4.3.2 网络社区营销中的主要问题
 - 4.3.3 如何建立自己的网络社区
 - 4.3.4 主要中文网络社区介绍
- 4.4 病毒性营销
 - 4.4.1 病毒性营销的起源和基本原理
 - 4.4.2 病毒性营销的六个基本要素
 - 4.4.3 病毒性营销的其他成功案例
 - 4.4.4 病毒性营销对小公司也有效吗
- 4.5 网站排名与品牌推广
 - 4.5.1 网站排名的价值
 - 4.5.2 网站评比的主要形式
 - 4.5.3 美国主要评比机构的评比方法
- 第5章 网络广告
 - 5.1 网络广告概述
 - 5.1.1 网络广告的形式和功能
 - 5.1.2 网络广告计划概要
 - 5.1.3 网络广告媒体投放策略
 - 5.1.4 如何增强网络广告效果
 - 5.1.5 如何评价网络广告的效果
 - 5.2 交换广告
 - 5.2.1 建立交换广告的一般问题
 - 5.2.2 主要的中文广告交换网简介
 - 5.3 网上分类广告
 - 5.3.1 分类广告的特点
 - 5.3.2 分类广告营销方法
- 第四部分 许可营销
- 第6章 E - mail营销
 - 6.1 E - mail营销的一般问题
 - 6.1.1 E - mail营销的许可原理
 - 6.1.2 E - mail营销服务市场状况
 - 6.2 E - mail营销的作用及主要形式
 - 6.2.1 许可营销的主要作用
 - 6.2.2 E - mail营销的局限
 - 6.2.3 许可营销的主要形式
 - 6.2.4 许可营销的误区
 - 6.3 如何获得用户的许可
 - 6.4 E - mail营销的效果评价
 - 6.5 如何增强E - mail营销的效果
 - 6.5.1 E - mail营销需要专业化
 - 6.5.2 注意E - mail营销的技巧
 - 6.5.3 E - mail营销十忌
- 第7章 邮件列表营销策略
 - 7.1 邮件列表的目的和作用
 - 7.1.1 建立邮件列表的目的

<<网络营销基础与实践>>

- 7.1.2 邮件列表在网络营销中的应用
- 7.2 发行邮件列表的基本方法
 - 7.2.1 采用群发邮件程序的邮件列表
 - 7.2.2 利用第三方邮件列表发行平台
 - 7.2.3 邮件列表营销的双赢策略
- 7.3 邮件列表的推广
- 7.4 邮件列表营销中的主要问题
- 7.5 邮件列表效果评估初探
- 第五部分 电子商务中的网络营销
- 第8章 网络会员制营销
 - 8.1 会员制营销的起源和基本原理
 - 8.2 会员制营销的价值
 - 8.3 会员制营销形式的演进
 - 8.4 会员制营销的成功因素
 - 8.4.1 商业网站对会员制计划的影响
 - 8.4.2 如何利用会员制营销获得最多收益
 - 8.5 会员制营销与第三方解决方案
- 第9章 网上商店营销策略
 - 9.1 网上商店的作用
 - 9.2 如何建立网上商店
 - 9.3 网上商店经营中的问题及对策
- 第六部分 网络营销扩展
- 第10章 网络营销中的顾客服务
 - 10.1 网上顾客服务主要手段
 - 10.2 网上顾客服务现状
 - 10.3 个性化顾客服务
- 第11章 网上市场调研
 - 11.1 什么是网上市场调研
 - 11.2 如何利用互联网获取市场资料
 - 11.3 网上调查中的主要问题
 - 11.4 在线问卷设计注意事项
 - 11.5 网上调查在国际市场调研中的应用
- 第12章 网络营销管理
 - 12.1 网站流量分析
 - 12.1.1 为什么要分析网站流量
 - 12.1.2 需要了解哪些网站流量信息
 - 12.1.3 如何获得网站流量分析资料
 - 12.2 网络营销的效果评价
 - 12.2.1 网络营销综合评价
 - 12.2.2 网络营销活动评价
- 第13章 无线网络营销
 - 13.1 无线营销环境
 - 13.1.1 无线营销的用户环境
 - 13.1.2 无线营销标准
 - 13.2 无线营销的特点和问题
 - 13.2.1 无线营销的特点
 - 13.2.2 无线营销的主要问题

附录 关于本书作者与MarketingMan
后记

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>