

<<网络营销策划与实施>>

图书基本信息

书名：<<网络营销策划与实施>>

13位ISBN编号：9787302297024

10位ISBN编号：7302297029

出版时间：2012-9

出版时间：清华大学出版社

作者：李瑶 编

页数：159

字数：244000

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>

## <<网络营销策划与实施>>

### 内容概要

《电子商务专业工作过程导向型教材：网络营销策划与实施》以当前电子商务旅游类龙头企业“去哪儿”网为项目载体，采用工作过程导向的项目制教学方式编写。全书共三大部分内容：第一部分绪论，主要讲解了网络营销的基本理论知识和项目实施背景；第二部分共五个项目，具体为消费者行为分析与网络营销调研、网络营销策略组合策划与实施、网络营销方法策划与实施、基于站点的网络营销策划与实施、网络广告策划与实施；第三部分综合实践。

《电子商务专业工作过程导向型教材：网络营销策划与实施》可作为高职高专院校电子商务、市场营销、经济贸易、工商管理、企业管理等相关专业的教材和参考读物，也可作为企业管理人员、营销人员和电子商务工作者的学习用书。

## <<网络营销策划与实施>>

### 书籍目录

#### 绪论

##### 0.1 网络营销概述

###### 0.1.1 网络营销的定义

###### 0.1.2 网络营销的特点

###### 0.1.3 网络营销的功能

##### 0.2 网络营销理论

###### 0.2.1 网络直复营销理论

###### 0.2.2 网络关系营销理论

###### 0.2.3 网络整合营销理论

###### 0.2.4 网络软营销理论

##### 0.3 传统营销与网络营销

###### 0.3.1 传统营销理论与策划

###### 0.3.2 网络营销理论与策划

##### 0.4 网络营销宏观环境

###### 0.4.1 经济环境

###### 0.4.2 政治法律环境

###### 0.4.3 科技、社会、教育环境

###### 0.4.4 人口环境

###### 0.4.5 人文与自然环境

##### 0.5 网络营销微观环境

###### 0.5.1 市场环境

###### 0.5.2 企业环境

###### 0.5.3 客户环境

###### 0.5.4 竞争者环境

###### 0.5.5 供应者和营销中介环境

##### 0.6 项目介绍

###### 0.6.1 项目背景

###### 0.6.2 项目实施流程

##### 0.7 小结

##### 0.8 实训

#### 项目一 消费者行为分析与网络营销调研

##### 1.1 网络消费者行为分析

###### 1.1.1 网络消费者购买特征分析

###### 1.1.2 网络消费者购买行为分析

###### 1.1.3 撰写网络消费者行为分析报告

##### 1.2 网络市场调研

###### 1.2.1 网络市场调研的优势

###### 1.2.2 网络市场调研的内容

###### 1.2.3 网络市场调研的策略

##### 1.3 网络市场调研策划

###### 1.3.1 网络市场调研策划的步骤

###### 1.3.2 在线调研问卷的策划

##### 1.4 网络市场调研实施

###### 1.4.1 网络市场调研实施的步骤

###### 1.4.2 在线调研问卷实施的方法

## <<网络营销策划与实施>>

1.4.3 撰写网络市场调研报告

1.5 小结

1.6 实训

项目二 网络营销策略组合策划与实施

2.1 网络营销策略组合的策划

2.1.1 产品策略的策划

2.1.2 价格策略的策划

2.1.3 渠道策略的策划

2.1.4 促销策略的策划

2.1.5 品牌策略的策划

2.1.6 沟通策略的策划

2.1.7 网络营销策略的综合策划

2.2 网络营销策略组合的实施

2.2.1 网络营销策略组合实施的目标

2.2.2 网络营销策略组合实施效果评估

2.2.3 网络营销策略组合实施的风险防范与过程控制

2.3 小结

2.4 实训

项目三 网络营销方法策划与实施

3.1 网络营销方法概述

3.1.1 网络营销方法简介

3.1.2 网络营销方法在企业中的应用

3.2 搜索引擎营销

3.2.1 搜索引擎在国内外的应用

.....

项目四 基于站点的网络营销策划与实施

项目五 网络广告策划与实施

项目六 综合实践

参考文献

## &lt;&lt;网络营销策划与实施&gt;&gt;

## 章节摘录

版权页：插图： 网页head部分和标题title的代码优化。

网站结构的优化包括对页面本身的优化和目录结构的优化。

对页面进行优化，为了节省篇幅，首先重点优化部分就是网页head部分和标题title的代码优化。

网页body部分优化。

网页body部分优化要遵从代码最简化原则。

搜索引擎蜘蛛只有爬行顺畅才会抓取页面更多信息，因此需要对页面多余的代码进行简化，这就是最简化原则。

网站内部链接结构和关键字的优化。

尽量改变原来的图像链接和Flash链接，使用纯文本链接，并定义全局统一链接位置。

同时在做好内容结构的调整之后，立即到搜索引擎登录，以能尽早收录新标题和新描述。

最后完成导航优化、正文内容关键词优化等优化内容。

3.3 论坛营销 论坛营销是企业利用论坛这种网络交流的平台，通过文字、图片、视频等方式发布企业的产品和服务的信息，从而让目标客户更加深刻地了解企业的产品和服务，最终达到宣传企业的品牌、加深市场认知度的网络营销活动。

论坛营销的产生为传统营销注入了一股新鲜血液，开辟了一种新的营销思路。

论坛营销已经成为企业在创业阶段占领市场、推广品牌、营销产品、获得利润的重要方式。

3.3.1 论坛营销概述 论坛营销的实质是品牌基于网络论坛所进行的口碑性营销。

在论坛上，网友们的观点往往会成为网民实施购买行为的重要参考依据。

但论坛营销绝不只是发布企业产品信息那么简单，因为论坛管理员会删除带有明显广告色彩的帖子，同时网民对广告帖也非常反感。

因此，如何不露痕迹地抓住网民的心是论坛营销的关键。

1.论坛营销的特点 论坛营销强调的是互动，通过与消费者进行充分的信息交互，满足消费者的愿望与需求。

在信息交互中，企业的品牌得到了传播，形象得到了提升，最终达到了促进市场销售的目的。

论坛营销具有以下特点。

(1) 论坛人气高，为企业提供传播渠道。

利用论坛的超高人气，可以有效为企业营销传播服务。

而由于论坛话题的开放性，几乎企业所有的营销诉求都可以通过论坛传播得到有效的实现。

同时，论坛的超高人气，可以为企业的品牌推广提供绝佳的传播渠道。

(2) 论坛帖子多样化，为企业多样的推广方式。

专业的论坛帖子策划、撰写、发放、监测都需要企业专业人士策划与实施。

帖子类型多样，符合企业多种需求，帖子包括各种置顶帖、普通帖、连环帖、论战帖、多图帖、视频帖、热帖等。

(3) 论坛活动有强大的聚众能力，为企业提供人气和互动。

利用论坛作为平台举办各类踩楼、灌水、贴图、视频等活动，调动网民与品牌之间的互动。

通过论坛发布网民感兴趣的活动的，将客户的品牌、产品、活动内容植入进论坛要传播的内容中，并展开持续的传播效应，可以为企业提供强大的凝聚力和品牌忠诚度。

## <<网络营销策划与实施>>

### 编辑推荐

《电子商务专业工作过程导向型教材:网络营销策划与实施》可作为高职高专院校电子商务、市场营销、经济贸易、工商管理、企业管理等相关专业的教材和参考读物,也可作为企业管理人员、营销人员和电子商务工作者的学习用书。

<<网络营销策划与实施>>

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>