

# 《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

出版社：清华大学出版社

作者：李瑶 编

页数：159

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：[www.tushu000.com](http://www.tushu000.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。《电子商务专业工作过程导向型教材:网络营销策划与实施》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。

## 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

##### 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

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，可以有效为企业提供营销传播服务。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，为企业提供多样的推广方式。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，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:[www.tushu000.com](http://www.tushu000.com)