

《网络营销实务全案》

图书基本信息

书名：《网络营销实务全案》

13位ISBN编号：9787121138850

10位ISBN编号：7121138859

出版时间：2011-7

出版社：电子工业出版社

作者：杨立军

页数：281

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

《网络营销实务全案》

内容概要

杨立军的《网络营销实务全案》是专为网络营销从业者及企业经营管理者打造的案头手册，全面系统地介绍了网络营销的基本理论及各种网络营销工具的应用和案例解析。《网络营销实务全案》分上、下两篇：上篇主要介绍网络营销的知识与应用，包括网络营销战略、网络营销组织与岗位设计；下篇主要介绍网络营销的工具与应用及案例解析，包括网络营销策划的形式、网络新闻营销、博客营销、论坛营销、搜索引擎营销、网络视频营销、网络事件营销、IM营销、微博营销、无线营销、SNS营销等。本书内容全面，案例丰富，是企业进行网络营销的重要工具书。

书籍目录

上篇 网络营销战略与组织

第1章 网络营销战略

1.1 网络营销环境分析

1.1.1 网络营销环境概述

1.1.2 网络营销微观环境

1.1.3 网络营销宏观环境

1.2 网络消费者行为分析

1.2.1 网络消费者行为概述

1.2.2 网络消费者的消费心理及消费过程

1.2.3 网络消费者的消费行为分析

1.2.4 我国网民网络生活分析

1.3 网络市场定位分析

1.3.1 网络市场概述

1.3.2 网络市场细分及差异化

1.3.3 网络目标市场营销策略及市场定位策略

1.4 网络产品分析

1.4.1 网络产品概述

1.4.2 网络产品策略

1.4.3 网络产品研发

1.5 网络营销定价

1.5.1 网络营销定价概述

1.5.2 网络营销中的定价策略

1.6 网络营销渠道分析

1.6.1 网络营销渠道概述

1.6.2 网络营销渠道建设与选择

1.7 网络客户关系营销分析

1.7.1 客户关系营销概述

1.7.2 客户关系营销中的客户关系管理

第2章 网络营销组织与岗位设计

2.1 网络营销组织架构与岗位说明书

2.1.1 部门职责描述(含组织设计)

2.1.2 网络营销综合管理岗位说明书范本

2.1.3 网络广告管理岗位说明书范本(广告投放、策划、制作、评估)

2.1.4 网络活动策划岗位说明书范本

2.1.5 网络新闻营销岗位说明书范本(新闻营销、公关、新闻编辑、论坛、博客)

2.1.6 数据库营销岗位说明书范本(病毒式、数据库)

2.1.7 搜索管理岗位说明书范本(排名、优化)

2.2 企业门户网站管理组织与岗位设计

2.2.1 部门职责概述(含组织设计)

2.2.2 网络编辑管理岗位说明书范本

2.2.3 网站技术支持岗位说明书范本

2.2.4 网站推广管理岗位说明书范本(推广、公关、链接交换、与网络活动的配合)

2.3 企业产品网络销售管理组织与岗位设计

2.3.1 部门概述(含组织设计)

2.3.2 在线客服岗位说明书范本

2.3.3 跟单交易岗位说明书范本

2.3.4 产品管理岗位说明书范本(含产品编辑描述)

2.3.5 促销管理岗位说明书范本（含价格管理）

下篇 网络营销策划与执行

第3章 网络营销策划的形式

3.1 网络市场调研

3.1.1 网络市场调研综述

3.1.2 网络市场调研的过程及注意事项

3.1.3 网络市场调研中具体方法的运用

3.2 网络市场分析

3.2.1 网络市场分析的目的与作用

3.2.2 适合小企业的市场——微利市场

3.3 网络营销效果评估

3.3.1 网络营销效果评估的意义

3.3.2 网络营销效果评估的步骤及方式

3.3.3 网络营销效果的价值

3.4 网络口碑营销

3.4.1 网络口碑营销的含义

3.4.2 网络口碑营销的运用

3.5 网络病毒营销

3.5.1 网络病毒营销概述

3.5.2 病毒营销与传统营销的对比

3.5.3 病毒营销的步骤

3.5.4 病毒营销的误区

3.6 网络数据库营销

3.6.1 网络数据库营销概述

3.6.2 网络数据库营销与传统营销的区别

3.6.3 网络数据库营销的意义

3.6.4 网络数据库营销的关键

3.7 危机公关营销

3.7.1 危机公关概述

3.7.2 危机公关处理

第4章 网络营销策划综合文案

4.1 网络营销策划综合文案一——某美白护肤产品

4.2 网络营销策划综合文案二——某保险公司保险产品

4.3 网络营销策划综合文案三——某品牌新款车

4.4 网络营销策划综合文案四——某知名品牌的饮品

4.5 网络营销策划综合文案五——某化妆品牌的品牌营销

4.6 网络营销策划综合文案六——某品牌薯片

4.7 网络营销策划综合文案七——某品牌沙发

4.8 网络营销策划综合文案八——某品牌红酒

4.9 网络营销策划综合文案九——某品牌女性用品

第5章 网络营销策划综合案例

5.1 网络营销策划综合案例一——阿迪达斯与百度的携手双赢

5.2 网络营销策划综合案例二——百事可乐网络宣传总动员

5.3 网络营销策划综合案例三——可口可乐火炬在线传递

5.4 网络营销策划综合案例四——MSN成功的借势口碑营销

5.5 网络营销策划综合案例五——三一重工“无心插柳”，“网”得最终喝彩

5.6 网络营销策划综合案例六——教你如何吃垮必胜客

5.7 网络营销策划综合案例七——百度更懂中文

5.8 网络营销策划综合案例八——贾君鹏让魔兽再度出发

- 5.9 网络营销策划综合案例九——你想要世界上最好的工作吗？
- 5.10 网络营销策划综合案例十——奥迪A3隐形登录市场
- 5.11 网络营销策划综合案例十一——耐克与“鬼妈妈”的跨界合作
- 5.12 网络营销策划综合案例十二——“大白兔”跳出“甲醛门”
- 5.13 网络营销策划综合案例十三——小鱼带你游星座
- 5.14 网络营销策划综合案例十四——“悦活”越开心
- 5.15 网络营销策划综合案例十五——立顿玩味茶文化
- 5.16 网络营销策划综合案例十六——别“妆”了，汤唯与你做SK 晶莹素肌美人
- 第6章 网络新闻营销
 - 6.1 网络新闻的力量
 - 6.2 网络新闻PK传统新闻
 - 6.3 制造网络新闻的经典法则
 - 6.4 网络新闻营销实际案例
 - 6.4.1 网络新闻营销实际案例一——“神舟五号”搭载蒙牛一飞冲天
 - 6.4.2 网络新闻营销实际案例二——爱尔康教你如何护眼
- 第7章 博客营销
 - 7.1 博客营销的意义
 - 7.2 如何通过博客“博”来商机
 - 7.3 博客营销实际案例
 - 7.3.1 博客营销实际案例一——超微与老徐的牵手
 - 7.3.2 博客营销实际案例二——博洛尼盖网络中最高楼
 - 7.3.3 博客营销实际案例三——耐克的足球迷博客社区
 - 7.3.4 博客营销实际案例四——“石头”也疯狂
- 第8章 论坛营销
 - 8.1 论坛营销的意义
 - 8.2 论坛热帖炼成术
 - 8.3 论坛营销法则
 - 8.4 论坛营销实际案例
 - 8.4.1 论坛营销实际案例一——“出身”论坛的“天仙MM”
 - 8.4.2 论坛营销实际案例二——摩托罗拉L6的“锋利”出击
 - 8.4.3 论坛营销实际案例三——I Chocolate U，LG情浓巧克力手机
 - 8.4.4 论坛营销实际案例四——暴风雪中的温情故事成就了“飞利浦”
 - 8.4.5 论坛营销实际案例五——“康佳号”一飞冲天
 - 8.4.6 论坛营销实际案例六——汇源让你快乐过节
 - 8.4.7 论坛营销实际案例七——上下起舞，激情青岛啤酒
- 第9章 电子邮件营销
 - 9.1 电子邮件营销的意义
 - 9.2 电子邮件营销宝典
 - 9.3 电子邮件的传播
 - 9.4 电子邮件营销实际案例
 - 9.4.1 电子邮件营销实际案例一——力士焕然新生的邮件营销
 - 9.4.2 电子邮件营销实际案例二——BMW3 VIP之夜
 - 9.4.3 电子邮件营销实际案例三——电子邮件打开清扬的一片天
 - 9.4.4 电子邮件营销实际案例四——思科公司的“一对一”电子邮件营销
- 第10章 搜索引擎营销
 - 10.1 搜索引擎竞价排名
 - 10.2 搜索引擎优化
 - 10.3 搜索引擎营销实际案例
 - 10.3.1 搜索引擎营销实际案例一——兰蔻360度搜索引擎营销

10.3.2 搜索引擎营销实际案例二——奥巴马的搜索引擎战

第11章 网络视频营销

11.1 网络视频营销的意义

11.2 受欢迎的网络视频

11.3 选择适当的渠道传播视频

11.4 网络视频营销实际案例

11.4.1 网络视频营销实际案例一——上海彪悍的的雪佛兰MM

11.4.2 网络视频营销实际案例二——后舍男生与护舒宝结缘

11.4.3 网络视频营销实际案例三——没有搅不烂的东西

11.4.4 网络视频营销实际案例四——百事我创，周杰伦和你一起拍广告

11.4.5 网络视频营销实际案例五——“空军一号”涂鸦事件

11.4.6 网络视频营销实际案例六——诺基亚联手刘谦创造手中奇迹

11.4.7 网络视频营销实际案例七——网络放送曼秀雷敦的“追女秘籍”

11.4.8 网络视频营销实际案例八——与“绯闻女孩”一起享受时尚

第12章 网络广告营销

12.1 网络广告的意义

12.2 网络广告的常见形式

12.3 网

《网络营销实务全案》

编辑推荐

杨立军的《网络营销实务全案》基本上涵盖了目前所有主流网络营销方式和工具。本书上篇立足于理论层面讲解网络营销的知识和应用；下篇立足于实践层面讲解各种网络营销工具的应用和案例解析。

希望读者通过对本书的阅读能够更好地了解和掌握如何进行网络营销，并且能够在网络营销实践中获得成功。

《网络营销实务全案》

精彩短评

- 1、整体思路比较明确、全面，但案例太过时，总体来说还算可以！
- 2、此书很一般 对于刚认识网络的人有帮助吧 对稍微有接触过点电子商务的人来说 此书就是**
- 3、还是不错的！支持一下！
- 4、很详细，可惜就是不是项目化教材
- 5、内容比较全，但是内容比较旧一些
- 6、正版书，价格便宜，物流也快
- 7、书的质量部错 是正版书的内容不错 理论比较多书的纸质不错 不脱胶！ ol
- 8、内容挺全面的，初学者还挺有用的。。。
- 9、内容挺详细的，适合学习用。
- 10、很实用的书，全是案例，形象易懂~~
- 11、很实用，有理论又有很多案例，帮助很大

《网络营销实务全案》

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