

<<网络整合营销>>

图书基本信息

书名：<<网络整合营销>>

13位ISBN编号：9787121181252

10位ISBN编号：7121181258

出版时间：2013-1

出版时间：电子工业出版社

作者：阿里学院

页数：206

字数：220000

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>

前言

目前,在各大网站、论坛、书店都有不同类型的关于网络营销方面的经验分享。本书并未列举全部的营销方式,但这些都是目前主流的方法,并且也是最适合高校学生掌握的。本书总结整理的都是电子商务网站营销过程的实际经验以及基础概念。

本书共分为7章,根据网络营销方法的不同进行分类,具体分为网络广告营销、搜索引擎营销、博客营销、微博营销、论坛营销、电子邮件营销、IM营销、第三方平台营销。所有的章节遵循两个原则,第一个原则为概念的阐述从浅入深,让读者了解必须知道的基础内容;第二个原则为营销方法的技巧都是结合目前实战中的各种经验总结而来的。网络营销从一开始就不应该是一门学术探讨、理论思辨的学科,而应该不停地实战。没有一个方法是绝对正确的,成功也不是可以百分百复制的。对于高校学生来说,实践的机会并不多,但是只要有心,会发现书中的很多方法和技巧可以马上运用。

这里提醒各位读者,学完本书知识后如果不加以练习,则不能真正掌握。要想真正学到知识,需要各位读者认真对待本书每章后的课后练习。而在练习过程中,读者也会发现这些方法并不是绝对的,只有真正去实践、去思考,才会发现属于自己的营销秘籍。

本书由阿里学院高校合作中心的孙羽统一编辑整理,书中有一些观点可能在电子商务的迅速发展过程中发生了变化。

由于作者水平的限制,书中的疏漏、不当之处在所难免,也请各位读者不吝指正。

如发现有任何问题,请及时与我们联系。

阿里巴巴(中国)教育科技有限公司 高校合作中心孙羽 2012年1月于杭州

<<网络整合营销>>

内容概要

本书共分为7章，根据网络营销方法的不同进行分类，具体分为网络广告营销、搜索引擎营销、博客营销、微博营销、论坛营销、电子邮件营销、IM营销、第三方平台营销。所有的章节遵循两个原则，第一个原则为概念的阐述从浅入深，让读者了解必须知道的基础内容；第二个原则为书中介绍的营销方法技巧都是结合目前实战中的各种经验总结而来的。本书适合高校学生以及电商从业者，高校学生实践的机会并不多，但是只要有心，会发现本书中的很多方法和技巧可以马上运用。

作者简介

孙羽

阿里巴巴资深培训师

国际贸易专业毕业，2008年加入阿里巴巴。

担任过阿里巴巴国际站、中文站客户培训讲师，拥有丰富的网络营销以及培训工作经验。

《阿里巴巴电子商务平台应用专员》证书教材《电商运营》的编著者之一。

目前为阿里巴巴高校合作特色班项目负责人之一，致力于将阿里巴巴各平台课程以及网络营销课程植入到全国各高校，同时负责阿里学院高校电子商务系列教材的编著。

作者寄语：千里之行，始于足下！

成功可以复制，但在背后是靠不断的实践来达成的！

看不如说，说不如坐，行动起来吧！

书籍目录

第1章 网络广告

1.1 网络广告概述

1.1.1 网络广告概念

1.1.2 网络广告的特点

1.1.3 网络广告与传统广告的区别

1.2 网络广告的手段

1.2.1 旗帜广告

1.2.2 文本链接广告

1.2.3 赞助广告

1.2.4 插播式广告

1.2.5 关键字广告

1.2.6 互动式游戏广告

讨论题

第2章 搜索引擎营销

2.1 搜索引擎概述

2.1.1 搜索引擎的概念

2.1.2 搜索引擎营销的基本方法

2.1.3 搜索引擎的工作原理

2.1.4 搜索引擎营销的目标

2.2 搜索引擎的优化

2.2.1 搜索引擎优化 (SEO)

2.2.2 关键词的优化

2.2.3 网页标题的优化

2.2.4 网站内容优化

2.2.5 网站站外优化

2.3 搜索引擎的竞价排名

2.3.1 什么是竞价排名

2.3.2 搜索竞价广告的优势

2.3.3 付费竞价广告的应用

2.3.4 投资回报率计算监测

讨论题

第3章 博客营销

3.1 博客营销概述

3.1.1 博客和博客营销

3.1.2 博客营销的作用

3.2 博客营销的前期准备

3.2.1 博客营销的操作方式

3.2.2 博客营销的定位

3.2.3 博客平台的选择

3.2.4 打造营销型博客

3.3 博客营销的内容

3.4 博客营销的推广和优化

3.4.1 博客营销的推广

3.4.2 博客营销的优化

3.5 微博营销

<<网络整合营销>>

- 3.5.1 什么是微博
- 3.5.2 微博的特点
- 3.5.3 什么是微博营销
- 3.5.4 微博营销的优点和缺点
- 3.5.5 博客营销与微博营销的本质区别
- 3.5.6 微博营销的技巧与策略

讨论题

第4章 论坛营销

- 4.1 论坛营销概述
 - 4.1.1 什么是论坛
 - 4.1.2 什么是论坛营销
 - 4.1.3 论坛营销的特点
 - 4.1.4 博客营销与论坛营销的区别
- 4.2 如何开展论坛营销
 - 4.2.1 论坛营销的基本原则
 - 4.2.2 论坛的选择
 - 4.2.3 论坛营销技巧
 - 4.2.4 论坛营销的注意事项
- 4.3 SNS营销

4.3.1 什么是SNS营销

4.3.2 SNS营销的优势

讨论题

第5章 邮件营销

- 5.1 电子邮件营销的优势
 - 5.1.1 什么是邮件营销
 - 5.1.2 电子邮件营销的优势
 - 5.1.3 电子邮件营销的误区
- 5.2 电子邮件地址的收集方式
- 5.3 电子邮件的设计方法
 - 5.3.1 邮件标题
 - 5.3.2 邮件正文
 - 5.3.3 邮件签名
- 5.4 电子邮件发送技巧

操作题

第6章 IM营销

- 6.1 IM营销概述
 - 6.1.1 IM的定义
 - 6.1.2 IM营销
 - 6.1.3 IM的优势
- 6.2 IM的功能介绍
 - 6.2.1 个性签名
 - 6.2.2 快捷短语
 - 6.2.3 自动回复
 - 6.2.4 小工具
 - 6.2.5 旺遍天下
- 6.3 IM营销的技巧
 - 6.3.1 寻找客户

<<网络整合营销>>

6.3.2 跟进客户

6.3.3 管理客户

操作题

第7章 第三方平台营销

7.1 第三方平台概述

7.1.1 第三方平台的定义

7.1.2 第三方平台的优势

7.2 第三方平台的分类和选择

7.2.1 第三方平台的分类

7.2.2 第三方平台的选择

7.3 第三方平台营销的目标层次

讨论题

编辑推荐

《阿里巴巴电子商务系列：网络整合营销》适合高校学生以及电商从业者，对于高校学生来说实践的机会并不多，但是只要有心，会发现《阿里巴巴电子商务系列：网络整合营销》中的很多方法和技巧可以马上运用。

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>