# <<网站推广>>

### 图书基本信息

书名:<<网站推广>>

13位ISBN编号:9787302295723

10位ISBN编号:7302295727

出版时间:2012-9

出版时间:清华大学出版社

作者:孙丹,周仕洵,李瑶

页数:188

字数:288000

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

# <<网站推广>>

### 内容概要

本书按照工作过程导向的项目教学方式进行编写,主要介绍了网站推广的方法与策略,包括论坛推广、新闻事件推广、博客推广、病毒式推广、数据库推广、网络广告推广、搜索引擎推广以及微博推广等。

此外,本书还针对网络推广过程中的网络危机、网上客服理论与实务进行了专门介绍。

《网站推广(电子商务专业工作过程导向型教材)》可作为高职高专电子商务专业的教材,也可作为网站营销与推广人员的参考书。

## <<网站推广>>

### 书籍目录

#### 绪论

项目一 网站推广策略与环境

- 1.1网站的分类
  - 1.1.1根据服务进行分类
  - 1.1.2 根据主体性质进行分类
- 1.2企业网站与网站推广
- 1.2.1 我国企业网站发展的四个阶段
- 1.2.2企业网站推广的意义
- 1.3企业网站推广策略
- 1.3.1传统营销推广
- 1.3.2网络推广常用方式
- 1.3.3网络营销推广与传统营销推广的比较
- 1.4企业网站环境
- 1.4.1政治法律环境
- 1.4.2 经济环境
- 1.4.3科技、教育与社会环境
- 1.4.4 微观环境
- 1.4.5行业与产业环境
- 1.5企业网站推广的系统性
- 1.5.1注重企业网站的整体推广效果
- 1.5.2 综合考虑影响推广效果的各种因素
- 1.5.3实现企业网站推广的多重作用
- 1.6案例分析
- 1.7项目小结
- 1.8习题与实训

#### 项目二 论坛推广

- 2.1论坛推广基本知识
- 2.1.1网络论坛的基本形式
- 2.1.2论坛推广的概念与特点
- 2.1.3推广帖的三种基本类型
- 2.1.4论坛推广的根基
- 2.2 论坛推广应注意的问题
- 2.2.1论坛推广要走好三步
- 2.2.2建好论坛数据库
- 2.2.3维护论坛账号
- 2.3论坛推广具体操作
- 2.3.1明确产品定位
- 2.3.2制订论坛推广计划
- 2.3.3注册登录账号
- 2.3.4创作发帖内容
- 2.3.5 推广论坛维护
- 2.3.6监测论坛推广效果
- 2.3.7沟通工作
- 2.4案例分析
- 2.5项目小结

## <<网站推广>>

2.6 习题与实训

#### 项目三 新闻事件推广

- 3.1网络新闻
- 3.1.1网络新闻与传统新闻的比较
- 3.1.2 网络新闻的写作要求
- 3.1.3网络新闻的传播方式
- 3.2网络事件推广
- 3.2.1 网络事件推广的概念
- 3.2.2网络事件推广的核心要点
- 3.2.3网络事件推广的模式
- 3.3案例分析
- 3.4项目小结
- 3.5 习题与实训

### 项目四 博客推广

- 4.1 博客推广的特点与功能
- 4.1.1博客推广的特点
- 4.1.2博客推广的功能
- 4.2 博客推广的具体实施
- 4.2.1建立企业博客
- 4.2.2博客推广方法
- 4.3案例分析
- 4.4项目小结
- 4.5 习题与实训

#### 项目五 病毒式推广

- 5.1病毒式推广的概念与核心
- 5.1.1病毒式推广的概念
- 5.1.2 病毒式推广的核心要点
- 5.2病毒式推广的策略与注意事项
- 5.2.1病毒式推广的3w策略
- 5.2.2病毒式推广的注意事项
- 5.3案例分析
- 5.4项目小结
- 5.5 习题与实训

#### 项目六 数据库推广

- 6.1数据库推广概述
- 6.1.1数据库推广的概念与分类
- 6.1.2数据库推广的优势
- 6.1.3数据库推广与传统营销推广的比较
- 6.1.4网络数据库推广
- 6.2数据库推广的流程
- 6.2.1数据库推广的基本流程
- 6.2.2数据库推广流程示例
- 6.3数据库推广的方法
- 6.3.1数据库推广的基本方法
- 6.3.2企业独立运营数据库推广的关键点
- 6.4 电子邮件推广
- 6.4.1许可式电子邮件推广

# <<网站推广>>

- 6.4.2 电子邮件推广的好处
- 6.4.3 电子邮件推广的内容
- 6.4.4电子邮件推广十忌
- 6.4.5 电子邮件推广的方法
- 6.5案例分析
- 6.6项目小结
- 6.7 习题与实训

### 项目七 网络广告推广

- 7.1网络广告基本知识
  - 7.1.1网络广告的概念
  - 7.1.2网络广告的分类
  - 7.1.3 网络广告的主要形式
  - 7.1.4网络广告与传统广告的比较
  - 7.1.5网络广告的发展趋势
- 7.2网络广告的特征
- 7.2.1网络广告的基本特征
- 7.2.2网络广告的本质特征
- 7.3网络广告创意与文案
- 7.3.1网络广告主题与创意
- 7.3.2 网络广告文案
- 7.4网络广告的投放策略
- 7.4.1站点选择
- 7.4.2广告位选择
- 7.4.3发挥长尾效应
- 7.5网络广告的评估与计费
- 7.5.1 网络广告的评估要素
- 7.5.2 网络广告的计费方式
- 7.6案例分析
- 7.7项目小结
- 7.8习题与实训

#### 项目八 搜索引擎推广

- 8.1搜索引擎与竞价排名
- 8.1.1几大常用的搜索引擎
- 8.1.2 搜索引擎的衡量标准
- 8.1.3 竞价排名的概念与优势
- 8.1.4 竞价排名广告的投放策略
- 8.1.5减少恶意点击的措施
- 8.2搜索引擎优化
- 8.2.1 提高网站权重
- 8.2.2扩充网页容量
- 8.2.3 挑选关键字
- 8.2.4 增强交互性
- 8.2.5 走出Frash和图片的误区
- 8.2.6合理安排网站结构
- 8.3案例分析
- 8.4项目小结
- 8.5 习题与实训

## <<网站推广>>

#### 项目九 微博推广

- 9.1 微博基本知识
- 9.1.1微博的概念与产生
- 9.1.2微博的现状与未来
- 9.1.3微博的功能与特点
- 9.2 微博在网站推广中的应用
- 9.2.1新浪微博企业版简介
- 9.2.2建立企业微博的步骤
- 9.2.3微博推广的内容、趋势与方法
- 9.3案例分析
- 9.4项目小结
- 9.5 习题与实训

#### 项目十 网络危机公关

- 10.1网络危机
- 10.1.1网络危机产生的原因
- 10.1.2 网络危机的传播特点
- 10.2 危机公关
- 10.2.1 网络危机公关的原则
- 10.2.2网络危机公关的对策
- 10.3案例分析
- 10.4项目小结
- 10.5 习题与实训

### 项目十一 网上客服理论与实务

- 11.1网上客服概述
- 11.1.1网上客服的职能与作用
- 11.1.2 网上客服的方式
- 11.1.3网上客服人员基本要求
- 11.2网上客服的流程与策略
- 11.2.1 网上客服接待流程
- 11.2.2网上客服常见问题及对策
- 11.2.3网上客服的策略
- 11.3提高网上客服质量的措施
- 11.3.1企业领导重视客服工作
- 11.3.2量化考核,奖勤罚懒
- 11.3.3强化客服团队文化建设
- 11.3.4加强对客服人员的专业培训
- 11.3.5强化部门之间的相互协同
- 11.3.6加强网上聊天记录管理
- 11.4案例分析
- 11.5项目小结
- 11.6 习题与实训

#### 参考文献

# <<网站推广>>

### 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