

<<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，也可作为网络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Flash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>