

<<新编电子商务营销技术>>

图书基本信息

书名：<<新编电子商务营销技术>>

13位ISBN编号：9787508484501

10位ISBN编号：7508484509

出版时间：2011-4

出版时间：水利水电出版社

作者：濮小金，司志刚 主编

页数：285

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>

## <<新编电子商务营销技术>>

### 内容概要

《新编电子商务营销技术》作为全国电子商务工程师(cebe)认证考试用书，旨在帮助大家学习如何在互联网条件下开展营销活动。

按照网络营销的特点和要求，《新编电子商务营销技术》分为4部分内容：一是网络营销概论，它从整体上论述网络营销体系和主要问题；二是网络营销环境，包括第2~4章；三是网络营销市场建设，包括第5、6章；四是网络营销方法，包括第7~9章；《新编电子商务营销技术》以网络营销概论为基础，以网络营销市场环境建设为条件，以网络营销理论为指导，提出网络营销具体战略和策略，运用网络营销技巧实现网上沟通和销售。

《新编电子商务营销技术》包含了丰富的网络营销理论和实践知识，并配备了电子教案，以帮助学生学习网络营销知识。

因此，它适合作为电子商务、市场营销及相关专业的教材或教学参考书，也适合网络营销的研究者和实践人员研读，还可以作为一本工具书使用。

# <<新编电子商务营销技术>>

## 书籍目录

序

前言

### 第1章 网络营销概论

1.1 网络营销的概念

1.2 网络营销的形成和发展

1.3 网络营销模式

1.4 网络营销理论

1.5 开展网络营销的意义

1.6 硅谷动力网络营销案例及评析

1.7 思考题

### 第2章 网络营销环境

2.1 网络营销的社会环境

2.2 网络营销的技术环境

2.3 网络营销的市场环境

2.4 网络营销的支持系统

2.5 网络营销环境案例评析

2.6 思考题

### 第3章 网络营销网站策略

3.1 网站定位

3.2 网站的创立

3.3 企业网站

3.4 网站的自我推介

3.5 网站的维护和检测

3.6 网站网络营销案例分析

3.7 思考题

### 第4章 网络渠道建设

4.1 网络渠道的概念

4.2 网络渠道设计

4.3 网络营销渠道类型

4.4 网络物流业

4.5 网络渠道案例分析

4.6 思考题

### 第5章 网络营销市场建设

5.1 网络营销市场调研

5.2 网络目标市场的选择

5.3 网络营销市场定位

5.4 网络顾客

5.5 网络营销案例分析

5.6 思考题

### 第6章 网络营销战略和策略

6.1 网络营销战略

6.2 网络营销策略

6.3 网络营销策略案例分析

6.4 思考题

### 第7章 网络促销

<<新编电子商务营销技术>>

第8章 网络采购模式

第9章 网络沟通及管理

附录 考卷范例

参考文献

参考网站

## 章节摘录

版权页：插图：（1）区域广。

传统商店受国界和区域限制的特点比较明显。

对网络商店而言，因无国界和区域限制是互联网的特点之一，这也就决定了网络商店具有区域广的特点，不受国界和区域的限制。

对于消费者而言，只要拥有一台能上互联网的计算机，就可以随时到网络商店上去逛。

对于网络商店的店主而言，其商品不需要花费昂贵的国际营销费用，只需要将商品名称、性能、规格、图片等或者服务的介绍放在网上，就可以以最小的成本把自己的商品或服务推向国际市场，就有可能成为国际品牌。

（2）成本低。

一家传统商店的经营需要支出店面租金、装修费用、水电费、营业税、人事费和广告费等，费用比较高。

而开发一家网络商店的成本主要有自设网站的成本、软硬件费用、网络使用费和维持费用，费用要低得多。

同时，网络商店还有促销功能，其“货架”上的商品也可起广告宣传的作用，节省了一大笔促销广告的费用。

（3）场地大。

这里的场地是一种形象的说法。

传统商店的经营规模往往受到场地大小的限制，而网络商店的经营规模则不受场地大小的限制。

在网络商店的“店铺”中摆放商品的多少基本上不受限制，而且经营方式也灵活，批发、零售皆可。

（4）全天候。

传统商店都有营业和休息的时间，雇佣的经营服务人员的劳动时间要符合《中华人民共和国劳动法》的规定。

网络商店不需要雇佣经营服务人员，在劳动时间上不需要遵守《中华人民共和国劳动法》的规定，可以全年昼夜地持续营业，真正做到全天候营业。

（5）无存货。

传统商店必须把商品陈列出来供顾客选择。

网络商店不用陈列商品，只需要在网页上显示商店出售货物的目标以供选择，完全可以在接到顾客订单后，再向生产者订货，所以不需要存货。

2.网络商店的经营策略（1）网络商店开设的规划策略。

网络商店要想经营成功，做好开设的规划至关重要。

在开设网络商店前，一般要就以下几个方面进行规划：1）确定营销策略。

有的商家已经拥有传统渠道，开设网络商店应考虑对传统渠道的影响，确定好整体市场营销策略。

在开设网络商店时，应经过慎重考虑，确定销售商品的种类，考虑选择卖新产品还是现有产品，考虑避免与传统渠道相冲突等，以避免投资的损失。

2）规划销售配送。

开设网络商店前，必须确定商店所销售的商品是实体化商品还是非实体化商品，也就是说是否需要由人工配送。

如果是实体化商品，就需要人工配送，网络商店就作为商品的展示；如果是非实体化商品，就不需要人工配送，可直接利用网络商店将数字化的信息直接传送给客户，节省物流及零售商的费用。

## <<新编电子商务营销技术>>

### 编辑推荐

《新编电子商务营销技术》特点：· 针对性强主要根据《电子商务工程师考核大纲》为电子商务工程师考试而编写。

· 实用性高。

丛书以技术为主线，突出实际应用，丛书的作者都是长期从事电子商务技术和计算机网络技术教学、研究和开发的专家，书中许多技术就是他们经验的总结，这对电子商务人才的培养具有重要意义。

· 体系结构合理。

针对人们认识问题的规律，强调面向应用，注重应用能力的培养，层次清晰。

· 适用广泛。

由于是为电子商务技术人才培养而编写的丛书，所以这套丛书也适合各高等院校电子商务和计算机相关专业的学生，以及社会在职人员学习和使用。

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>