## <<网络营销>>

### 图书基本信息

书名:<<网络营销>>

13位ISBN编号:9787040293722

10位ISBN编号:7040293722

出版时间:2010-7

出版时间:彭纯宪高等教育出版社 (2010-07出版)

作者:彭纯宪编

页数:216

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

## <<网络营销>>

#### 前言

本书在第一版的基础上做了较大调整,主要体现在四个方面:1.随着电子商务的快速发展,近五年来电子商务领域出现了许多新认识、新方法,修订后的教材增加了"在线客户服务与客户关系管理"一章的内容,还增加了第10章"网络编辑基础知识"作为选学内容等。

2.本次修订删减了第一版中关于网络营销技术支持条件、域名申请、网站建设及网页设计等内容,修订后教材的网络营销主线更加清晰,更加贴近网络营销的工作流程,更加突出实践性教学的内容。 3.本次修订参考了最新的《电子商务师国家职业标准》特别是将其中电子商务员——网络营销的应知应会部分作为修订的重要依据之一。

为提高学生的学习兴趣,并使学生掌握有效的学习方法,本书尽量采用图文并茂的形式,深入浅出地介绍网络营销的基础知识和基本技巧。

## <<网络营销>>

#### 内容概要

《网络营销(第2版)》是在第一版基础上修订而成的。

《网络营销(第2版)》以网络营销工作过程为导向,以B2c网络营销模式为主线,对网络营销基础、网络营销常用方法、网络消费者、网上市场调研、网络商务信息、网络目标市场、网络营销组合策略、网络广告策略、在线客户服务与客户关系管理、网络编辑基础知识等内容进行了重点介绍。

《网络营销(第2版)》每章设有本章导读、学习目标、概念地图、案例导学和本章总结等栏目,具 有指导性、趣味性和实用性。

为更好地助教助学,《网络营销(第2版)》专门配有《网络营销学习指导与练习》(第二版) ,该书还配有光盘。

《网络营销(第2版)》采用出版物短信防伪系统,用封底下方的防伪码,按照《网络营销(第2版)》最后一页"郑重声明"下方的使用说明进行操作可查询图书真伪。

《网络营销(第2版)》可供中等职业学校电子商务专业及其他财经商贸类专业学生使用,还可作为初级电子商务专业人员、网络营销人员等在职员工的短期培训教材或参考用书。

## <<网络营销>>

#### 书籍目录

第1章 网络营销基础本章导读学习目标概念地图1.1 网络营销概述案例导学:一个山东农民李鸿儒在网 上开办"花店1.1.1 网络营销产生和发展的背景1.1.2 网络营销的定义1.2 网络营销的特点及其与传统营 销的异同案例导学:海尔集团最初的网上贸易1.2.1 网络营销的特点1.2.2 网络营销与传统营销的异同1.3 企业网站的类型及网络营销的基本职能案例导学:免息分期付款购买笔记本电脑1.3.1企业网站的类 型1.3.2 网络营销的基本职能1.4 网络营销的环境案例导学:一个英国个人网站的传奇故事1.4.1 网络营 销的微观环境1.4.2 网络营销的宏观环境1.4.3 网络营销的网络环境1.4.4 网络职业道德1.4.5 企业应对网络 营销环境变化的对策本章总结第2章 网络营销常用方法本章导读学习目标概念地图2.1 网络营销的基本 方式案例导学:葡萄酒厂Stomhoek博客营销成功案例2.1.1 无站点网络营销2.1.2 企业站点网络营销2.2 网络营销的方法体系案例导学:2009年最经典的网络营销案例2.2.1 网络营销方法的含义及网络营销方 法体系2.2.2 网络营销方法与其职能的关系2.3 网络营销常用方法简介 案例导学:搜索竟价排名给企业 带来了惊喜2.3.1 无站点的网络营销方法2.3.2 基于企业站点的网络营销方法本章总结第3章 网络消费者 本章导读学习目标概念地图3.1 网络用户、网民与网络消费者案例导学:"试客"一族走红网络3.1.1 网络用户3.1.2 网民3.1.3 网络消费者3.1.4 网络用户、网民、网络消费者与网络营销的关系3.2 网络消费 者购买动机案例导学:格兰仕微波炉瞄准了人们多层次的需求3.2.1 动机的含义3.2.2 网络消费者购买动 机的类型3.2.3 网络消费者购买行为的特征3.3 影响网络消费者购买因素的分析案例导学:家庭成员对 消费者购买行为的影响3.3.1 影响网络消费者购买行为的因素3.3.2 网络消费者总体购买行为分析3.4 网 络消费者购买行为及决策过程案例导学:2名学生网上购物的过程3.4.1 网络消费者购买行为的类型3.4.2 网络消费者购买决策的过程本章总结第4章 网上市场调研本章导读学习目标概念地图4.1 网上市场调研 基础知识案例导学:LG对中国液晶显示器市场消费者购买行为的调查4.1.1 网上市场调研的含义4.1.2 两 类市场调研的比较4.1.3 网上市场调研的特点4.1.4 网上市场调研的内容4.1.5 网上市场调研的策略4.2 网 上市场调研的方法案例导学:一个成功的在线调研案例4.2.1 网上市场调研的类型4.2.2 网上市场调研常 用的方法4.2.3 网上市场调研的一般步骤4.3 在线调查问卷的设计案例导学:可口可乐并购汇源案4.3.1 在线调查问卷的基本结构4.3.2 在线调查问卷的制作步骤4.3.3 在线调查问卷设计的原则和要求4.3.4 在线 调查问卷设计应注意的问题4.3.5 专业调查网站简介本章总结第5章 网络商务信息本章导读学习目标概 念地图5.1 网络商务信息的基础知识案例导学:卖家误信伪造邮件损失近千元5.1.1 网络商务信息概 述5.1.2 网络商务信息的特点5.1.3 网络商务信息的分级5.2 网络商务信息的收集案例导学:卓越、当当 开展搜索引擎营销5.2.1 网络商务信息的类型5.2.2 网络商务信息收集的基本要求5.2.3 网络商务信息收集 的方法5.3 网络商务信息的处理案例导学:某基金公司进行的数据库营销5.3.1 网络商务信息的存储5.3.2 网络商务信息的整理5.3.3 网络商务信息加工与处理5.4 网络商务信息的发布案例导学:"小蜜蜂"开 展网络社区口碑营销5.4.1 压缩和解压文件5.4.2 发布网络商务信息的类型5.4.3 网络商务信息发布的方 法5.4.4 QQ、MSN等个人工具本章总结第6章 网络目标市场本章导读学习目标概念地图6.1 网络目标市 场概述案例导学:从"情侣苹果"谈目标市场定位营销6.1.1 市场的概念6.1.2 目标市场的概念6.1.3 网络 目标市场的概念6.2 网络市场的细分案例导学:麦当劳瞄准细分市场的需求6.2.1 网络市场细分概述6.2.2 网络市场细分的标准6.2.3 网络市场细分的方法6.2.4 网络市场细分的程序6.3 网络目标市场的定位案例 导学:宝洁公司"激爽"品牌定位的失败6.3.1 网络目标市场选择战略6.3.2 网络目标市场定位策略6.3.3 网络产品定位本章总结第7章 网络营销组合策略本章导读学习目标概念地图7.1 网络营销产品策略案例 导学:海尔集团的名牌战略策划7.1.1 网络营销产品含义和产品形态7.1.2 网络营销产品的三种策略7.2 网络营销定价策略案例导学:亚马逊差别定价策略的失败7.2.1 网络营销产品价格的特点7.2.2 网络营销 产品定价7.2.3 网络营销产品价格策略7.3 网络营销渠道策略案例导学:可口可乐终端"剿杀"百事7.3.J 网络营销渠道的功能7.3.2 网络营销渠道的类型7.3.3 新型的电子中间商......第8章 网络广告策略第9章 在线客户服务和客户关系管理第10章 网络编辑基础知识

## <<网络营销>>

#### 章节摘录

插图:(2)在线黄页服务的优势。

在线黄页具有营销与购物双向指南的功能,具有方便、直接、全面、抗干扰等优点。

黄页是把买方和卖方介绍在一起的最佳媒体。

在线黄页不是传统黄页的翻版,其内容更广泛,服务功能多样化。

它有传统黄页所无法比拟的优势。

目前在线黄页同114电话查号台、传统黄页,共同成为城市电话号码查询的三大查询方式。

从发展趋势看,在线黄页将会从中脱颖而出,成为人们查询电话号码、获得客户信息的最理想的查询 丁具。

5.网上商店(1)网上商店的含义。

网上商店是指建立在第三方提供的电子商务平台上、由商家自行经营的专卖店。

它如同在大型商场中租用场地开设商家的专卖店一样,是一种比较简单的网络营销形式。

网上商店除了通过网络直接销售产品这一基本功能之外,还是一种有效的网络营销方法。

(2) 网上商店的优势。

网上商店的作用主要表现在两个方面:一方面,网上商店为企业扩展网上销售渠道提供了便利的条件;另一方面,建立在知名电子商务平台上的网上商店增加了顾客的信任度,对提升企业形象并直接增加销售量具有良好效果。

把产品直接放在网上销售,简化了销售过程,可以直接获得网上销售收入,而且便于管理。

6.网络社区营销(1)网络社区营销的含义。

网络社区是网上特有的一种虚拟社会,已成为一种网络营销的场所。

网络社区营销就是把具有共同兴趣的访问者集中到一个虚拟空间,促进成员相互沟通,从而达到商品的营销目的。

网络社区营销是网络营销主要营销方法之一。

(2) 网络社区营销的形式。

网络社区营销是网络营销区别于传统营销的重要表现。

网络社区营销主要有两种形式:利用其他网站的社区和利用自己网站的社区进行营销。

本节无站点网络营销是指前一种形式,包括论坛、讨论组、聊天室、博客以及其他社会性网络等网上 交流空间。

除了上述方法外,常见的无站点网络营销的方法常见的还有网络广告、E.mail营销、病毒营销、博客营销等。

实际上,这些方法都是通用的网络营销方法,无论有无企业网站都可以采用。

# <<网络营销>>

### 编辑推荐

《网络营销(第2版)》是教育部职业教育与成人教育司推荐教材,中等职业学校电子商务专业教学用书 。

# <<网络营销>>

### 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