

<<流量点金>>

图书基本信息

书名：<<流量点金>>

13位ISBN编号：9787113132361

10位ISBN编号：7113132367

出版时间：2011-10

出版时间：中国铁道出版社

作者：藏锋者，郝永清 编著

页数：193

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>

<<流量点金>>

内容概要

本书是凭借流量分析进而解决如何利用网站获取利润、如何深度挖掘网站盈利能力的书籍。

本书以典型网站案例为引，将百度流量统计、Google Analytics(Google分析)、雅虎(量子)流量统计进行综合应用。

本书从讲解基础的安装流量统计代码到分析各种流量统计报告，最后发现这些流量报告背后的秘密，并将之用于网站改版、优化的过程当中，实现网站获取更多高质量的流量、赚取更多价值、提升网站盈利能力的目标。

本书选取众多有代表意义的实际案例，配合详尽易懂的图解，同时参考藏锋者网络创业网(<http://v.cangfengzhe.com/>)中网站盈利热门问题，介绍与网站挖金息息相关的各项内容。

本书适合各层次网站站长和网络营销人员阅读，本书读者群还包括网络创业人员、市场营销人员、网站管理员、网站决策人员，以及所有对网站获利、网络营销有兴趣的读者。

另外，本书也是为中国350万站长和4亿网民准备的网络挖金参考书。

书籍目录

网站流量的价值

第1章 什么是网站流量

1.1 网站流量的定义

1.2 网站流量分类

1.2.1 什么是低价值流量

1.2.2 什么是高价值流量

1.3 网站流量的常规指标

1.3.1 四类单纯网站流量指标与图示

1.3.2 四类用户行为指标与图示

1.3.3 五类用户浏览方式指标与图示

第2章 如何将网站流量转变为价值

2.1 网络广告

2.1.1 什么是网络广告联盟

2.1.2 全球范围的网络广告联盟：Google AdSense

2.1.3 国内最具实力的网络广告联盟：百度联盟

2.1.4 定向投放广告

2.2 电子商务

2.2.1

企业对企业(B2B, Business-to-Business)

2.2.2 企业对消费者(B2C, Business-to-Consumer)

2.2.3

消费者对消费者(C2C, Consumer-to-Consumer)

2.3 虚拟产品

2.3.1 网络游戏运营

2.3.2 虚拟有价物品销售

2.4 付费信息与会员体制

2.4.1 付费信息

2.4.2 会员体制

第3章 网站流量与价值的博弈

3.1 高流量不等于高价值

3.1.1 低价值流量充斥网络

3.1.2 高质量的流量决定价值

3.2 如何知道哪些流量有价值

3.2.1 从网站盈利方式入手考虑流量的价值

3.2.2 借助流量统计系统对流量进行甄别

3.2.3 用流量统计系统提升高价值流量比例

第4章 流量统计用于表达网站流量

4.1 什么是流量统计

4.1.1 流量统计简介

4.1.2 获得流量统计的两种方法

4.1.3 流量统计的作用

4.2 主流流量统计系统概述

4.2.1 百度统计

4.2.2 Google Analytics(谷歌分析)

4.2.3 雅虎(量子)统计

<<流量点金>>

4.2.4 其他流量统计系统简介

主流流量统计系统安装与报告阅读

第5章 安装量子统计并读懂统计报告

5.1 注册并安装量子统计代码

5.1.1 注册量子统计

5.1.2 添加需要统计的网站

5.1.3 填写中需要注意的细节

5.1.4 选择代码形式

5.1.5 放置统计代码

5.2 量子统计报告中的数据类型

5.2.1 PV(访问量)

5.2.2 UV(独立访客)

5.2.3 IP(独立IP)

5.2.4 最近访客

5.2.5 新访客与回头客

5.2.6 当前在线人数

5.2.7 24小时独立IP

.....

巧用流量统计获取更多网站收益

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>