第一图书网, tushu007.com

<<决胜网络营销>>

图书基本信息

书名：<<决胜网络营销>>

13位ISBN编号：9787115217769

10位ISBN编号：7115217769

出版时间：2010-1

出版时间：人民邮电出版社

作者：刘兴发

页数：299

字数：349000

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

前言

自金融危机爆发以来，面对全球经济放缓，国内的不少中小企业尤其是外贸出口企业陷入困境。
面对百年一遇的经济寒冬，如何拓展新的商机？
如何吸引新的客户？
如何实现企业的转型与升级？
这些都是摆在中小企业主面前的难题。
对于中小企业而言，运作资金少、抗风险能力低，在金融危机中更得步步为营，小心经营。
那么如何既能够有效控制成本，又能获得业绩提升从而取得最佳的运作效果呢？
无疑，与传统推广方式相比，网络营销具有自身范围广、形式多、成本低、速度快等诸多优势，赢得了众多中小企业的青睐。
据中国B2B研究中心的调查显示：广大企业主在缩减传统媒体与营销渠道费用的同时，纷纷加大了对以电子商务与搜索引擎为主的网络营销的预算投入。
作为一种低成本、高回报的新型营销方式，网络营销近年来越来越受到企业的重视。
而面对内容繁多的网络营销方式，中小企业究竟应该如何进行网络营销，以及应该选择哪种营销方式，这些都成为摆在各中小企业管理者面前的难题。
而这本由国内实践派网络运营专家刘兴发先生历经两年心血编写而成的《决战网络营销》，正好弥补了这方面不足。
作者在书中首次披露了“企业网络营销推广的渠道交叉原理”以及“刘氏3C组合推广法”，颇具独到的创新营销思想不仅填补了网络营销界理论研究的空白，而且对中小企业具有较强的实战指导意义。
我相信，在中国目前4200多万中小企业的发展道路上，此书能帮助中小企业高效地开展网络营销业务，让广大中小企业充分认识并正确理解用好互联网这一先进的营销工具必将会为企业创造出巨大的财富。

内容概要

马云说：天下没有难做的生意。
　　因为有网络，无处不在的网络。
　　网络营销作为一种低成本、高回报的新型营销方式，越来越为中小企业所重视。
但是，如何去开展网络营销呢？
　　本书可以满足广大中小企业的迫切需求。
通过大量的网络营销案例，图文并茂地讲述了互联网和电子商务的发展历程及趋势，从成功案例和失败案例全面剖析了企业投资网络营销的得失，相信会给企业投资互联网带来一定的借鉴和启发。
后半部分，结合网络运营的实际经验，分门别类地讲述了一系列行之有效的低成本网络推广手法和技巧，并涵盖了企业网站的策划设计、网站日常管理等基本知识，让企业对互联网不再又爱又恨！
在4200万中小企业发展的道路上，无论老板还是员工，都太需要有一本能帮助他们高效的开展网络营销的书了，而《决胜网络营销》正是这样一本不可多得的好书。
这本书可以告诉你什么？
1、当前网络营销的环境如何？
传统企业的投资机会在哪里？
2、当前电子商务的发展趋势如何？
最有价值的电子商务投资方向是什么？
3、企业如何打造一个自营销功能的企业网站？
需要那些人才？
4、如何给策划和定位一个网络项目？
如何为网站设计清晰的盈利模式？
5、网站维护管理人员需要具备什么素质？
需要掌握的什么样的基本技能？
6、网站怎么解决融资难题？
如何撰写一个让VC亲睐的商业计划书？
7、网络推广有规律可循吗？
如何用最低的成本甚至零成本开展有效的网络推广？
8、网络推广需要具备什么技术基础？
各种推广方法有哪些技巧需要掌握的？
9、搜索引擎优化推广（SEO）的本质是什么？
不花钱怎么把关键词做到百度和谷歌第1页甚至第1位？
谁需要读这本书？
本书由实践派网络运营专家刘兴发先生历时两年多时间辛苦写作而成，共23多万字，也是一本系统的向中小企业介绍网络营销知识的普及入门书。
本书适合的对象是：中小企业老板、网站推广员、网站编辑、网站管理员、网络营销从业者、市场营销人员、网站站长，在校大学生、网络创业者及初级网络运营人员等。
网络营销最前线总结的实战经验分享作为一本从实战经验总结升华的网络营销书籍，本书充分考虑到了中小企业的真切需求，可以说是一本来源于实践又高于实践的理论实践相结合的实用派营销书籍。
在前面第一章至第五章，作者以大量的网络营销案例，图文并茂的讲述了互联网和电子商务的发展历程及趋势、从成功案例和失败案例两方面全面剖析了企业投资网络营销的得失，给企业提供了大量的借鉴。
在书的后半部分，作者以自身多年的网络运营实际经验，详细介绍了企业网站的策划设计、网站日常管理及运营等基本技巧。
除此以外，作者更以大量的篇幅全面系统的介绍了一系列行之有效的低成本方法网络推广。
突出亮点-全球首创的“刘氏3C组合推广法”大揭秘！
作为本书最大的亮点之一，作者在书中首次披露了根据多年经验总结的“企业网络营销推广的渠道交

叉原理 ” 以及由次引申出来的 “ 刘氏3C组合推广法 ” 。
这个方法和原理在网络营销界可以说是一个石破惊天的创新，填补了国内乃至整个网络营销领域的理论研究空白。
实践证明，这个方法对广大企业尤其中小企业开展低成本网络推广非常有效。

作者简介

刘兴发，为国内首家专业面向中小企业网络营销的咨询顾问机构-聚我咨询创始人。
有将近10年的网络营销实践和理论研究经验，曾成功帮助上百家企业通过互联网创造价值。

第一图书网, tushu007.com

<<决胜网络营销>>

书籍目录

第一篇　走进网络营销　第一章 高回报高风险　　第一节 高回报的互联网行业　　1.1.1 互联网见证奇迹　　1.1.2 我们的时代英雄　　1.1.3 创意成就梦想　　第二节 低门槛高风险的陷阱　　1.2.1 瀛海威：一个互联网先烈的故事　　1.2.2 8848：迷失的电子商务急先锋　　1.2.3 龙讯网：短命的世界性综合门户　　1.2.4 健康863网：两年花5个亿的游戏　　1.2.5 博客网：1 000万美金的水漂　　1.2.6 PPG：男装衬衫直销的谜题　　第二章　网络环境剧变　　第一节　国际互联网的兴起　　2.1.1　国际互联网的起源与发展　　2.1.2　互联网在国际商圈的大放异彩　　2.1.3　奥巴马：互联网总统的营销之道　　第二节　互联网在中国的迅猛发展　　2.2.1　互联网进入中国的艰难历程　　2.2.2　2009年中国网民需求分析　　2.2.3　2009～2012年中国互联网发展趋势　　2.2.4　互联网行业即将告别创业时代　第二篇　选择网络营销模式　第三章　认识网络营销　　第一节　变化的不仅仅只有平台　　3.1.1　传统营销还管用吗　　3.1.2　网络营销与传统营销方式的关系　　3.1.3　网络营销的三个重要环节　　第二节　网络营销的特点和优势　　第三节　网络营销的发展历史及前景　　3.3.1 中国网络营销的发展阶段　　3.3.2　网络营销市场的发展前景　　第四节　国内网络营销的现状和问题　　第四章　企业如何开展电子商务　　第一节　电子商务真的不新鲜　　第二节　电子商务是企业的好帮手　　第三节　电子商务该走往何方　　4.3.1　电子商务发展的三个阶段　　4.3.2　国内电子商务的发展现状　　第四节　电子商务的三种模式　　4.4.1　B2B电子商务模式　　4.4.2　B2C电子商务模式　　4.4.3　C2C电子商务模式　　第五节　成功取决于每个细节　　4.5.1　中国制造网：帮助中国产品向全球推广　　4.5.2　京东商城：打造网上“国美”、“苏宁”　　4.5.3　淘宝：免费模式，成就辉煌　　第五章　企业如何投资细分行业网站　　第一节　国内行业网站发展的现状及趋势　　5.1.1　网络营销模式的三次嬗变　　5.1.2　细分行业网站的发展概况　　第二节　传统企业走入细分网络市场　　5.2.1　传统企业投资细分行业网站的春天　　5.2.2　细分行业网站成功的3个关键因素　　5.2.3　网盛生意宝——垂直行业网站的翘楚　第三篇　搭建网络营销平台　第六章　网站的定位与策划　第七章　网站的日常维护和运营管理　第八章　商业计划书的写作　第九章　网站推广的误区和基础　第四篇　决胜网络营销　第十章　网络整合营销　第十一章　搜索引擎营销(SEM)

章节摘录

插图：MySpace成立不满3年，已经远远超过了互联网历史上任何社区的发展速度，成为了互联网发展史上一个当之无愧的神话。
2006年7月12日，互联网流量测评公司Hitwise表示，MySpace网站的流量已经超过Yahoo！
和Google，成为美国第一大网站。
一个互动交友网站，流量超越了世界上最大的传统门户网站和世界上最大的搜索引擎网站，这本身就已令人赞叹，而更让人意想不到的是它的盈利神话，从2003年创建时的一名不文，到被新闻集团用5.8亿美元的高价收购，MySpace只用了不到两年时间。
而一年之后，新闻集团仅凭MySpace与Google在网络搜索和广告服务的合同，就揽到了9亿美元的广告收入。
在Nielsen最新的统计里，MySpace以183%的惊人增长率成为增长最快的网络品牌之一。
无论是它的增长速度还是盈利能力，都向人们展示着这个拥有超过一亿个注册账号的社交网站在短短三年内获得的空前成功。
默多克的豪赌2005年7月18日，传媒大亨、新闻集团首席执行官鲁珀特·默多克动用5.8亿美元收购了美国著名交友网站MySpace。
此举被外界视为默多克进军互联网的标志性事件，也被媒体形容为“一场豪赌”。
一年过后，凭借与Google的一纸广告合同，9亿美元的广告收入落入新闻集团囊中，默多克的第一局赢得精彩漂亮。
默多克对MySpace寄予厚望。
默多克在接受采访时曾说，MySpace最大的价值在于它拥有数千万青少年用户，而青少年主导着未来信息消费的方向，谁赢得他们，谁就必将赢得未来。
“我们正在瞄准最后的机会，互联网时代是传媒的黄金年代。
”默多克之所以对MySpace有着浓厚兴趣，是因为他认为科技会改变整个编辑、出版行业的固有模式。
现在是大众控制内容，甚至渠道的时代，其中年轻人最为活跃，而传统媒体最容易流失的受众就是年轻人，所以只有捕捉到这一庞大的群体，未来才可能引领潮流。

媒体关注与评论

竞争日益白热化的传统企业迫切需要这本书，上下求索的网络营销从业者们离不开这本书，彷徨迷惘的大学毕业生们都应该来学习这本书，睿智好学的创业者们更可以借助这本书获得成功。
——互联网实验室总裁 刘兴亮越来越多的传统企业开始意识到网络营销给企业带来的巨大价值，但是大部分的中小企业老板和从业者都在为如何开展网络营销而头疼，相信本书的出现将会彻底改变这一困境，为中小企业指明方向。
——著名IT评论人 徽剑网络营销是中小企业突围的法宝，本书的理论和案例、流程和制度均为网络营销的精粹，也对网络营销业近年所取得的成果做了极好的总结。
而独家首创的“ 刘氏3c组合推广法 ”极具创新意义，更具实效，对推动中小企业市场突围、产业升级具有积极的指导意义！ ——淘智网CEO 龚兵市面上关于网络营销的书籍汗牛充栋，但是真正可读的并不多，《决胜网络营销》便算得上其中佼佼者。
作者从自己多年的网络运营实践经验出发，在真正了解和把握了传统企业对网络营销的迫切需求基础上编写了本书。
本书是一本非常适合中小企业开展网络营销的创新力作。
——八界网CEO南方IT群创始人 张立波

编辑推荐

《决胜网络营销》是传统企业开展网络营销不可不读的实战派力作！
广大网络营销从业者必备的行动宝典！
中国第1家在国内上市的互联网公司-网盛生意宝董事长孙德良先生作序、著名品牌营销专家朱玉童、互联网实验室总裁刘兴亮、著名IT评论人徽剑、淘智网CEO龚兵、南方IT群创始人张立波等联袂推荐的网络营销实战派创新之作!

第一图书网, tushu007.com

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