第一图书网, tushu007.com

<<网络整合营销>>

图书基本信息

书名：<<网络整合营销>>

13位ISBN编号：9787121191541

10位ISBN编号：7121191547

出版时间：2013-1

出版时间：电子工业出版社

作者：阿里学院

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

第一图书网, tushu007.com

<<网络整合营销>>

内容概要

《阿里巴巴电子商务系列:网络整合营销(外贸篇)》由阿里学院编著，以海外市场为前提，重点围绕各类网络营销（外贸）方式，教会读者如何进行第三方平台营销、营销型网站的建设、搜索引擎营销的技巧、电子邮件营销、社会化营销的方法等，并给出相应的外贸网络营销策略。

第一图书网, tushu007.com

<<网络整合营销>>

书籍目录

第1章 认识外贸网络营销 1.1 初识外贸网络营销 1.1.1 外贸网络营销的内涵 1.1.2 互联网在外贸营销中的作用和外贸网络营销的成功要素 1.1.3 外贸网络营销的方式 1.2 网络营销环境 1.2.1 外贸网络营销的基本环境及现状 1.2.2 外贸搜索引擎 1.2.3 电子邮件 1.2.4 即时通信 1.2.5 博客、论坛、微博 1.2.6 网络购物兴起 1.2.7 手机上网应用行为 1.3 外贸网络营销策略 1.3.1 外贸网络营销策略基础 1.3.2 外贸网络营销策略 1.3.3 实训项目1 第2章 第三方平台营销 2.1 第三方电子商务平台概述 2.1.1 第三方电子商务平台的特点及分类 2.1.2 外贸B2B 2.1.3 外贸B2C 2.1.4 外贸C2C 2.1.5 第三方平台的盈利方式 2.2 外贸第三方平台的选择 2.2.1 外贸B2B平台的选择 2.2.2 外贸B2C的选择 2.2.3 外贸C2C的选择 2.3 外贸第三方平台应用 2.3.1 选择正确的类目和产品属性 2.3.2 优质的信息标题 2.3.3 产品图片 2.3.4 详细说明 2.3.5 关键字设置技巧 2.4 外贸第三方平台营销 2.4.1 利用第三方平台做网络营销的七大方法 2.4.2 外贸B2B平台营销的关键点 2.4.3 外贸B2C平台营销要点 2.4.4 外贸C2C平台营销要点 第3章 外贸营销型网站建设 3.1 外贸营销型网站概述 3.1.1 营销型网站的功能 3.1.2 外贸营销型网站的职能 3.2 实践：亲手搭建一个企业网站 3.2.1 企业域名申请流程 3.2.2 部署虚拟主机、FTP账号、数据库账号 3.2.3 为指定域名安装WordPress 3.3 建设一个SearchEngineFriendly的网站 3.3.1 网站内容的可见性 3.3.2 供搜索引擎爬行的页面链接结构 3.3.3 关键词的用法和优化 3.3.4 网页标题的重要性 3.3.5 什么是META标签 3.3.6 URL结构和构建指导 3.3.7 页面层的搜索引擎作弊 3.3.8 域名层的搜索引擎作弊 3.4 如何提高外贸营销网站的转化率 3.4.1 什么是网站转化率 3.4.2 为什么需要提高转化率 3.4.3 案例：如何将一个网站的销售额提高33% 3.4.4 Google网站优化工具初学者指南 3.4.5 提高转化率的108法 3.5 GoogleAnalytics指南 3.5.1 设置GoogleAnalytics 3.5.2 登录 3.5.3 探索控制面板 3.5.4 我最喜欢的五种报告 3.5.5 两个特别喜欢的功能 3.6 Google网站管理员工具指南 3.6.1 将管理员工具设置到你的网站中 3.6.2 网站管理员工具中有价值的信息 3.6.3 与GoogleAnalyties融合 第4章 搜索引擎营销 4.1 搜索引擎营销的概述 4.1.1 搜索引擎营销定义 4.1.2 搜索引擎营销模式 4.1.3 搜索引擎的工作原理 4.1.4 搜索引擎营销的目的 4.1.5 企业进行搜索引擎营销的具体工作步骤 4.1.6 搜索引擎营销的效果评估指标 4.1.7 特色搜索引擎 4.1.8 讨论题 4.2 搜索引擎优化 4.2.1 定义 4.2.2 目前现状 4.2.3 常见搜索引擎优化术语 4.2.4 搜索引擎算法 4.2.5 搜索引擎优化的目标 4.2.6 白帽与黑帽 4.2.7 其他方面对搜索引擎优化的影响 4.2.8 搜索引擎优化的十大误区 4.2.9 站外优化方法_ 4.2.10 搜索引擎优化工具介绍 4.2.11 网站优化与搜索引擎竞价的特点比较 4.2.12 搜索引擎优化人员素质及相关职位要求 4.2.13搜索引擎营销人才发展前景 4.2.14讨论题 4.3 外贸搜索引擎应用 4.3.1 外贸如何进行搜索引擎营销的步骤和方法 4.3.2 外贸主要搜索引擎介绍 4.3.3 日常外贸工作中搜索引擎的运用 4.3.4 讨论题 …… 第5章 电子邮件营销 第6章 社会化媒体营销

第一图书网, tushu007.com

章节摘录

版权页： 插图： （73）如果网页很长需要滚动，考虑让“行动呼吁”按钮在页面上重复出现多次。
（74）如果页面需要滚动，确保没有误导客户的“假页面底部”。
也就是说，有些元素暗示客户他们已经到达了页面的底部，但实际上并没有。
（75）许多网站发现，如果他们的页面被设置成销售信的形式，就能获得更高的转化率。
它讨人喜欢的地方在于是一对一的写作风格。
无论你对这样的网站有什么感觉，在一些市场领域它们经常起作用。
网站内容正文（76）对于正文该包含多少文字曾有长时间的辩论。
通常，写到它能传达你所有的“销售信息”为止，同时克服所有可能的阻碍。
你的目标是尽可能将大量有说服力的论据和相关的信息压缩成一小段文本。
这通常需要比大多数网站使用更多的词汇。
（77）使用简单的、直截了当的语言。
没人愿意读太复杂的句子。
（78）在广告正文中包含获得产品的好处，而不仅仅是产品的功能。
（79）包含顾客为了购买可能需要的所有信息。
注意，并不都需要放在产品页面上。
（80）确保解决了客户提出的所有常见的异议。
作为这项工作的准备，你可能会觉得编辑一个反对意见的表格并对反对意见进行计数很有用，然后按照重要性给它们排序。
（81）测试不同大小的字体使文本的可读性更强。
（82）尝试不同的字体颜色。
对于广告正文来说，白底黑字通常比较保险。

第一图书网, tushu007.com

<<网络整合营销>>

编辑推荐

《阿里巴巴电子商务系列:网络整合营销(外贸篇)》由电子工业出版社出版，适合高校学生以及外贸从业人员。

第一图书网, tushu007.com

<<网络整合营销>>

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