

图书基本信息

书名：<<搜索引擎营销的成功策略与技巧解密>>

13位ISBN编号：9787302214687

10位ISBN编号：7302214689

出版时间：2009-11

出版时间：清华大学出版社

作者：拉莫斯

页数：234

译者：赵利通

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>

内容概要

利用我们多渠道的国际网络营销策略获得更多潜在客户、提高国际销量并在企业内建立以销售业绩和效果跟踪分析为指标的营销机制。

本书讲解了关系到网络营销成败的重要工具Web 分析、关键业绩指标(KPI)、搜索引擎优化(SEO) 和点击付费(PPC) 的使用方法 with 技巧。

探讨了综合使用电子商务平台(Ebay 和Amazon)、广播、电视、平面媒体以及当前炙手可热的社会网站媒体(YouTube、MySpace、FaceBook 和Twitter) 的多渠道整合营销策略。

本书中穿插了多位业界专家的访谈录，推心置腹地为大家揭示了营销的成功商业内幕，以及选择网络分析工具、优化网络营销的真知灼见。

在这本权威实践指南的帮助下，您一定可以为企业量身定制出卓有成效的整体营销策略！

作者简介

Andreas Ramos曾经加入多家硅谷公司，包括Sun、SGI、Bri0和Dialpad . corn。

他的6人开发团队建立起Adobe Page Mill(第一个HTML编辑工具)。

他是NWU的技术作家协会任期超过10年的主席。

2005年，他与Stephanie Cota共同创立Position2(一家由风险投资资助的专门提供搜索引擎优化和管理点击付费的公司)，在那里他制定了公司的战略。

该公司盈利估价1 000万美元，拥有75名工作人员。

在美国硅谷和印度班加罗尔设有办事处。

他是一名优秀的创始人和营销战略顾问，多次在硅谷创业。

Andreas出生于哥伦比亚，在美国东部长大。

Andreas先后在美国、法国及德国接受教育，拥有海德堡研究生学位。

毕业后在丹麦开始一家软件公司。

旅居欧洲15年后回归美国，他可流利使用4种语言。

现定居在加利福尼亚州帕洛阿尔托。

书籍目录

第1章 整合营销 1.1 传统营销给我们带来的启示 1.2 Google在模拟媒体数字化中的作用 1.3 传统媒体在区块营销中的局限性 1.4 购买周期和购买时刻 1.5 销售和营销的概念访谈录 : BobPlatkin , 营销总监 1.6 整合营销:一种新方法 1.7 使用EMM管理整合营销 1.8 Unica、Omniture和Coremetrics 1.8.1 访谈录: YuchunLee , Unica的CEO 1.8.2 访谈录: 陈佩琴 , UniversalMcCann搜索业务总监 1.9 结语第2章 使用KPI——评估营销效果, 确定合理的营销预算, 增加营销目标的可行性 2.1 KPI驱动的商业过程 2.1.1 确定目标 2.1.2 计算KPI 2.1.3 KPI工作表 2.1.4 使用CPL管理营销推广 2.1.5 夺取竞争者的客户 2.1.6 设定基准 2.1.7 如何为新产品设定PPC预算 2.1.8 如何为现有产品制定预算 2.1.9 盈亏平衡点 2.2 KPI的社会环境: 沟通成效 2.3 KPI和分析工具在营销策略中的角色 2.4 结语第3章 Web分析工具的选择与使用 3.1 使用Web分析工具作为商业工具 3.2 Web分析、量化分析和分析 3.3 五个步骤使贵企业成为一家数据驱动的组织 3.4 使用分析工具 3.5 定义商业目标 3.6 在选择供应商时面临的挑战 3.7 如何发送报告 3.8 如何入手 3.9 配置和设置中的常见问题 3.10 在页面中放置分析工具代码 3.11 为什么数字不匹配 3.12 迁移分析软件包 3.13 分析供应商 3.13.1 访谈录: 武勇, WebTrends中国区电信行业总经理 3.13.2 访谈录: AvinashKaushik , Google的网络分析代言人 3.13.3 访谈录: ChristopherParkin , Omniture公司产品营销部的高级总监 3.13.4 访谈录: JohnSquire , Coremetrics的首席策略官 3.14 结语第4章 有效使用GoogleAnalytics——优化管理网络营销 4.1 安装和配置GoogleAnalytics 4.1.1 确定目标 4.1.2 注册GoogleAnalytics 4.1.3 安装跟踪代码 4.1.4 安装注意事项第5章 SEO实践秘笈——提高自然搜索排名, 增加潜在客户数量第6章 PPC实践秘笈——降低点击广告成本, 提高客户成交率第7章 实践案例篇搜索营销术语

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>