

<<小商品电子商务及网络营销200问>>

图书基本信息

书名：<<小商品电子商务及网络营销200问>>

13位ISBN编号：9787307095120

10位ISBN编号：7307095122

出版时间：2012-2

出版时间：武汉大学出版社

作者：华国振

页数：198

字数：214000

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

眼下，义乌电子商务发展势头强劲，从事电子商务经营的人群猛增。

据统计，日用百货类商品约占全国网络货物交易额的40%，而75%以上的日用百货类网货直接或间接来自义乌市场，义乌目前已拥有从事B2B、B2C、C2C的电子商务网店2.5万多家，2009年仅C2C电子商务销售额就达到300亿元。

电子商务在义乌得到迅猛发展，初步形成了义乌独特的电子商务行业集群现象。

但义乌电子商务发展水平还不够高，突出表现在：不少商家缺乏对电子商务基本知识的了解，遇到“犯难”问题信心不足。

一批年龄较大的经营者完全不懂电脑及网络，甚至难以掌握一些最基本的电子商务操作；一些商家思想顽固，坚守传统市场经营模式。

即使少量应用电子商务，也只停留在信息展示层面，无法利用电子商务带来实际价值；大多小商品经营者缺少网络营销意识，缺少网络推广和运营能力。

这 and 传统小商品商家全面营销意识的缺失有关；很多小商品经营者及潜在创业人员缺少有效的学习渠道。

虽然网络信息发达，相关著作也很多，但有针对性的高效率学习资料却很少。

所以，普及电子商务操作知识，提高小商品经营者的网络营销意识和水平，是义乌电子商务进一步发展壮大，打造小商品电子商务之都的重要环节。

本书从小商品经营者等目标读者掌握电子商务知识和技能的要求出发，探索小商品电子商务简练的学习和操作方法，以“小商品电子商务及网络营销”的全部过程为主线，分别对其中所涉及的关键步骤和方法，进行问题解答式讲解，引导读者深入小商品电子商务及网络营销的世界。

随着义乌电子商务的快速发展，出现了一大批从事网上小商品交易的经营主体，并且这一主体正在发展壮大。

希望本书对小商品电子商务经营主体及潜在人群有较大的帮助。

本书主要面对的读者对象有：部分传统小商品生产经营者、小商品流通企业管理人员、小商品电子商务创业人群、社会潜在创业人员、小商品电子商务及营销企业工作人员、中小企业电子商务工作者、高职类相关专业在校学生及社会青年等。

电子商务发展非常迅速，与之相关的新技术、新理念及新模式等层出不穷，同时小商品电子商务也是实践性很强的知识。

本书创作的目的是：结合小商品电子商务及网络营销的应用现状和发展趋势，希望读者能以尽量少的时间和精力，从本书中获取些必要的小商品电子商务实务性的知识，同时掌握小商品网络营销思想。但尽管作者做出了最大的努力，但囿于作者的视野及水平，书中难免会有些疏漏之处，望读者体谅，并提出宝贵意见。

本书是2010年浙江省社科联社科普及课题成果(编号：129)，也是2009年浙江省高职高专特色专业《国际经济与贸易》建设项目系列成果之一(编号：TZZ09084)。

在此特别感谢以上相关课题及项目之成员及负责人在本书撰写过程中提供的帮助和指导。

华国振 2011年10月于义乌工商学院

<<小商品电子商务及网络营销200问>>

内容概要

《小商品电子商务及网络营销200问》一书剖析眼下商务发展的趋势，随着时代车轮不停的运转，在如今的21世纪，大至房产汽车、家用电器，小至书籍、服装玩具，人们都可以从网络上搜罗到家。从前可能“踏破铁鞋无觅处”的商品，如今只要在网上动动手指头，就可以在家等着快递将需要的物品送上门了。

网上销售在给传统零售商带来压力的同时，也带来了全新的机会。

在美国和日本，大部分大型百货商店、购物中心及厂家为了应对网络购物的竞争，都开办了自己的网店。

无论是大型连锁超市还是著名品牌服装店，都力图将实体店和网店的特色结合起来，以提高自身的竞争力。

如果你还在为自己的商品因地理限制等影响销售而感到苦恼，那么拿起《小商品电子商务及网络营销200问》，本书详细罗列了有关小商品电子商务及网络营销的基础知识、潮流趋势务实操作应用技术及实战，潮流义乌工商学院教授华振国言传身教电子商务及网络营销基础，小商品电子商务及网络营销，小商品电子商务及网络营销操作、小商品网络营销产品策略问题、小商品网络营销深入等问题，手把手教你成为B2C、C2C达人。

书籍目录

- 第1篇 电子商务及网络营销基础
 - 第1章 电子商务及网络营销基本问题一
 - 第2章 电子商务有关基本硬件、软件问题
 - 第3章 有关网络接入及操作基本问题
- 第2篇 小商品电子商务及网络营销潮流
 - 第4章 小商品电子商务发展趋势问题
 - 第5章 电子商务及网络营销发展潮流问题
- 第3篇 小商品电子商务及网络营销操作
 - 第6章 小商品电子商务基本模式问题
 - 第7章 小商品电子商务平台的应用及操作问题
 - 第8章 小商品企业电子商务网站建设问题
- 第4篇 小商品网络营销战术
 - 第9章 小商品网络营销产品策略问题
 - 第10章 小商品网络营销价格策略问题
 - 第11章 小商品网络营销渠道及物流配送问题
 - 第12章 小商品网络促销和推广问题
- 第5篇 小商品网络营销深入
 - 第13章 小商品网络营销的全程管理和控制
 - 第14章 小商品网络营销法律与道德问题
 - 第15章 小商品国际电子商务问题
- 参考文献
- 后 记

章节摘录

1自建一个网站必须具备哪些条件?最简单的网站,也应当必须具备以下三个条件:(1)网站域名(地址)人们利用域名,通过浏览器访问网站。

其功能是在网络上标识和定位该计算机。

(2)网络空间网络空间是用来存放网站内容的网络计算机(服务器或硬盘)。

(3)网站内容网站内容理论上讲可以为空。

但连一个最静态主页都没有的话,很难称得上是一个完整的网站。

另外若网站内容为空,对企业来讲,网站实无存在之必要。

2如何申请域名?域名申请实行“先申请再批准,即先到先得,批准后得到域名”的原则。

申请域名其实很简单,很多域名提供商的网站都提供自助域名注册及申请服务,几个值得信赖的申请网站如:中国互联网信息中心(<http://www.cnnic.net.cn>)、中国万网<http://www.net.cn>及新网<http://www.xinnet.com>等,其基本申请流程如下:(1)浏览相关域名提供商网站,注册网站用户并登录;

(2)查看域名种类和价格列表,选择合适域名种类;(3)输入想要注册的域名,查看可否注册(或是否已被他人注册);(4)若可注册,即可申请注册,并完成缴费。

3自建网站需要哪些工作和步骤?一个功能较为完善的电子商务网站,其建站主要工作和步骤有:(1)网站规划在网站的功能定位、用户需求及商务模式等方面进行总体的架构、规划和设想。

(2)可行性论证在成本、效益及技术上进行论证,对企业现有的商务模式及管理模式进行分析,确定电子商务系统的目标、功能、结构、组织及管理等方面的内容,全面进行风险评估,制定较为详细的开发计划等。

(3)确定网站的整体设计方案针对网站用户群,在一定的预算下,确定网站类型、内容、功能、结构、风格,确定网站硬件及软件的架构及实施方案。

(4)网站设计和开发根据之前拟订的方案,开发网络软件(网页软件结构、数据库等)、铺设硬件设施、安装网络软件。

(5)网站调试及试运营在新架设的网站上充实信息内容,全面查看各种功能的实现情况,在经过功能试运营之后,对网站功能结构、数据库结构及用户界面风格等方面做局部必要的调整和修改。

(6)正式上线运营一般来说,在网站正式上线运营后,还须进行日常或定期的数据更新和维护。

4如何进行网站发布?网站设计好之后,可以通过两种方式将网站内容发布到互联网上,即搭建自有服务器或申请网络空间。

企业自身搭建网络服务器,可以满足各种网络功能要求,信息安全方面也有较高保障,但其费用较高,因此也可以采取服务器托管的形式。

另外有很多网络服务提供商会提供基于各种功能和技术架构的网络空间服务。

小商品企业可以根据其自身需求,租用网络静态或动态空间。

5综合性电子商务网站的功能模块有哪些?一个较为完善的电子商务网站,其功能模块主要有:(1)用户注册、登录及验证模块 网络客户可以在平台上注册用户名,在注册及登录时提供必需的用户身份验证。

电子商务的一系列网络交易行为都是基于用户虚拟注册身份进行的。

(2)商品展示及销售模块该模块允许用户全面查看商品种类、名称、规格及价格等信息,同时提供购物车、订单管理、结算管理等和整个购物流程有关的功能。

(3)后台维护功能该模块提供系统管理员较全面的维护功能,包括用户身份验证、后台数据管理、商品信息管理、商品促销管理、订单信息管理及统计和财务管理等。

(4)客户投诉及网络论坛该模块给用户提供一个自由轻松的意见发布及交流平台,可以对本站产品及服务发表意见和建议,相互讨论有关产品或服务的心得体会。

从这个模块,网络商家可以更为全面地了解顾客的需求。

后记

在当前电子商务理论、技术和应用模式等发展相对成熟的条件下，义乌电子商务的快速发展客观上需要大量各种类型的初级或中级层次的电子商务应用型人才。

而电子商务知识普及工作目标就是使大量普及对象接受专门的教育，使其能够胜任电子商务工作的具体要求。

本读本就是以义乌为例，针对上述义乌电子商务知识普及的广大对象而设计撰写的，旨在为他们提供一本通俗易懂的学习资料。

事实上，对整个小商品电子商务知识普及工作而言，光有这么一本知识普及读本是远远不够的，甚至是微不足道的。

在读本的撰写过程中，笔者几经思考，认为小商品电子商务普及工作还需以下多方面工作的配合。

1. 社会各界及政府高度重视电子商务的知识普及应该是一项经常性、社会性的工作，必须依照一个合理的制度，以保证电子商务知识宣传普及的可持续性。

建议政府有关部门组织有关专家，研究和编制义乌市电子商务知识宣传普及条例，并尽快出台制度政策，以促进本市的电子商务知识宣传普及工作。

2. 在各类学校开展电子商务知识普及实践证明，各类高校毕业生是义乌电子商务从业者中最重要的一支新生力量，因此在各类学校特别是当地职业院校开展电子商务普及显得尤为重要。

因此，当地学校有必要打破原有专业限制，在各专业开设电子商务基础选修课，以普及电子商务基本知识。

学校还应当积极鼓励在校学生参与各种形式的电子商务活动实践，以提升大学生参与电子商务的主动性和积极性。

3. 电子商务知识普及走进市场和社区传统小商品市场经营商户及其员工，一旦掌握并应用电子商务知识，便可能做到线上及线下业务的结合，能最大限度地发挥电子商务的优势。

另外，近年来市场外兴起了的庞大的电子商务创业群体。

因此应当充分重视对市场及电子商务集聚区的电子商务普及工作，将其视为一项实现市场转型升级的重要工作来抓。

4. 发挥学术及科研机构应有的作用足够的理论创新和研究工作，也是电子商务知识普及的一个重要条件，因此应当充分发挥电子商务相关学术及科研机构应有的作用，探索适合小商品的最具竞争力的电子商务发展模式。

同时，加大对当地高校电子商务及相关专业的建设力度，培养一大批理论知识和应用技能兼备的电子商务、市场贸易及物流运作等领域的复合型人才。

义乌工商学院《小商品电子商务及网络营销200问》项目组 2011年10月

编辑推荐

电子商务大潮正在以洪水猛兽的力度挑战传统零售业的发展，无论你还在为缺乏对电子商务基本知识的了解，遇到“犯难”问题信心不足，那么赶紧拿起华振国教授的《小商品电子商务及网络营销200问》。

作为2010年浙江省社科联社科普及课题成果，也是2009年浙江省高职高专特色专业《国际经济与贸易》建设项目系列成果之一，《200问》将为你扫除电子商务初学路上的拦路虎,好商品再也不怕巷子深！

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>