

<<网络营销的6个关键策略>>

图书基本信息

书名：<<网络营销的6个关键策略>>

13位ISBN编号：9787504737694

10位ISBN编号：7504737690

出版时间：2011-1

出版时间：管永胜 中国物资出版社 (2011-01出版)

作者：管永胜

页数：328

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>

## <<网络营销的6个关键策略>>

### 内容概要

网络营销是借助计算机通讯以及数字交互媒体来达到营销目的的一种营销模式。互联网不但打破了时间、空间的局限性，更为我国的企业提供了新的机遇和挑战。因此，从某种意义上而言，网络营销不仅仅是WEB2.0技术的变革，更是一场史无前例的观念风暴。而揭秘这些网络营销的技术与市场发展趋势，就成了营销人员的责任。在这种情势下，本书随着网络营销的浪潮应运而生。

首先，它的重大意义有以下两点：一方面，在传统营销模式的时代，我国大中型企业就和西方发达国家企业存在一定的差距，而随着各项技术的发展，传统营销模式已经远不能适应新型经济的发展模式。

因此，可以说网络营销代替了传统营销模式；另一方面，我国政府采取了很大的措施促进我国网络事业的发展，那么，做网络营销的企业就相当于有了一把免费的《保护伞》，在伞下，企业还可以通过网络营销24小时不受时空地域限制地与全球企业进行竞争，从而实现利润最大化。

本书就是在遵循这样的原则下凭借作者多年的网络营销经验编写完成的，通过本书的阅读能够使那些正打算做网络营销的个人从懵懂变得谙熟，使那些欲通过网络营销带动企业全发展的企业人更上一层楼，不断寻求到突破与发展。

另外，本书的创作有以下几大特点：理念原创，提出营销新模式。

AISCAS行为模式的提出，不仅是本书的特点，更构成了本书的一大亮点。

因为，AISCAS是本书独家原创，作者根据多年的从业经验，悉心的研究，从而得出了这一理论。本书不但总括了这种新型行为模式，还另设章节逐一讲解了《A》，《I》，《S》，《C》，《A》，《S》，使读者对网络营销的概念更加豁然开朗，任何问题都能运用本书的知识迎刃而解。

不是教材，胜似教材。

与市场上那些只注重理论的营销书籍不同的是，本书并不是单纯地采用乏味的理论式讲解，而是充分将网络营销的知识结合了当下最流行的热点话题，使内容更加通俗易懂，充满了生活的智慧与幽默。

所以，虽然这不是一本网络营销的教材，却比教材更具有实用性和指战意义。

内容全面，系统性强。

面对市场上五花八门却千篇一律的书，读者们一定会有这样的感慨：到底我应该选择哪一本呢？答案是：内容不但全面，还要具有一定系统性。

本书几乎涵盖了做网络营销时能运用到的所有知识，同时结合具体实践循序渐进、有条不紊地讲述出来。从而能够有效引导读者的价值取向。

图文并茂，生动活泼 为了使读者更好地掌握网络营销的理论，从而将理论更好地引入到实践中去，本书每一章都注重概念、方法及具体步骤、方法的讲解外，作者还贴心地配以各种各样丰富多彩的图片予以具体阐释。

因此，就算是再难懂的一个逻辑，都可以通过作者的图解迅速掌握。

通俗易懂，可读性强 再多华丽的辞藻堆砌成的文字，若是读者看了一片茫然，那些看上去华丽的文字也不过是黑夜里孤独闪烁却无人欣赏的霓虹，当黑夜破晓，白昼来临，它的光芒就会消失殆尽，徒留空洞的华丽。

所以，本书摒弃了那些长篇抽象的论述，而是采用浅显易懂的文字，使理论更加贴近生活。

读者丝毫不需要有一定的阅历或知识背景，就算是之前对网络营销毫无概念的人，也能在短时间内轻易驾驭本书。

但这并不代表本书就失去了深度，而只是作者通过多种巧妙的方式化繁为简，虔诚地为读者朋友服务。

## <<网络营销的6个关键策略>>

### 作者简介

管永胜，网络营销专家、网络营销行为研究专家、北京航空航天大学MBA，中央民族大学经济学学士。

现任中企动力网络营销总监。

曾任紫博蓝大客户总监，慧聪网产品总监，网罗天下广告媒介总监，《宠物世界》杂志运营总监。

众所周知，网络已经渗透到我们的工作、生活的方方面面，所以无论你作为一个企业主还是从事与营销相关的工作者，如果不懂得网络营销，我可以很肯定地告诉你，你失去的将是一个时代！

基于此，管永胜通过十多年从事网络营销的经验和潜心研究，提出了从“网络营销”到“网络赢销”的新模式——AISCAS模式。

这一模式的提出将为你实现“网络赢销”提供新的启示。

## <<网络营销的6个关键策略>>

### 书籍目录

基础篇第一章 网络新媒体的“赢”销时代第一节 互联网时代不能不懂网络营销第二节 网络带来空前庞大的“潜在市场”第三节 “长尾市场”成为网络营销的新空间第四节 已开发和待开发的网络营销资源第五节 网络营销必将成为未来营销主战场第六节 网络营销与传统营销的优劣势对比第二章 你不全知道的网络营销第一节 营造新媒体眼球效应的网络广告第二节 让客户最先找到你的搜索引擎竞价排名第三节 让更多客户找到你的搜索引擎优化第四节 塑造品牌形象的网络新闻第五节 塑造良好口碑的BBS营销第六节 人人皆媒体的Blog营销第七节 引导大众认知的贴吧营销第八节 第一眼球效应的网络视频营销第九节 成功嫁接新媒体的电子杂志营销第十节 精准锁定受众的IM营销第十一节 迅速“传染”开的病毒式营销第十二节 随时随地传播的SNS社区营销第十三节 让营销成为服务的E-mail营销第十四节 引爆最高关注度的网络事件营销第十五节 变危机为商机的危机公关第十六节 多种广告模式精准定位的网络联盟营销第三章 网络营销要深入了解互联网第一节 锁定网络消费目标人群第二节 进行网络市场调研第三节 了解营销市场细分第四节 锁定目标投放市场第四章 企业网站是网络营销的根据地第一节 企业网站建设的流程第二节 建设前规划好网站的战略图第三节 定位好网站任务第四节 策划网站内容第五节 做不做能卖东西的网站第六节 网站信息内容分类清楚第七节 网站标题标签影响搜索引擎排名第八节 不可忽视网站导航的效率问题第九节 坚守网页制作的“3秒钟原则”第十节 可以让网站点击率迅速飙升的技巧第十一节 网站更新的注意事项第十二节 监控用户停留时间、跳出率和页面浏览率第十三节 高效、高质的制作公司起关键性、战略性作用第十四节 域名的选择、注册、管理与更新第十五节 在线客服服务的营销支持第十六节 选择强大的服务器保障流量和畅通策略篇第五章 引子：不同阶段的购买行为决定不同的营销策略第一节 互联网改变了我们的购买行为……第六章 策略1、2：让客户关注并对你产生兴趣第七章 策略3：让客户第一时间找到你第八章 策略4：让客户对产品产生偏好第九章 策略5：让客户快速下单购买第十章 策略6：从客户体验开始新一轮营销第十一章 小结：确定投入最少的钱实现最大的营销效果

## <<网络营销的6个关键策略>>

### 章节摘录

版权页：插图：说到这里，不得不再次提到广州亚运会高级合作伙伴王老吉，想必王老吉定会大打网络营销战，制造更具杀伤力的话题引人注目。

其实，早在“封杀王老吉”事件之前，王老吉营销团队便与天涯展开秘密合作，最终成功树起了“中国第一耀”的招牌。

因此，广州亚运会完全可以走这条路，形成一个商业产业链。

虽然，亚运会应该是严肃的，不应用来过多的炒作、制造话题。

但是网络营销当头，只要是正面的话题，能够引起人们关注兴趣的噱头，又何尝不是一种掀起“全民迎亚运”的好方法呢？

(2) 更娱乐，更草根。

亚运营销其实可以做得再娱乐、再草根一点。

毕竟BBS、SNS、IM等媒体工具的盛行为宣传提供了更为便利的条件。

以广州亚运会活动之一“亚运之路”为例，经调查问卷显示，许多经常泡在网上的IT人士都是通过查资料才知道有这样一个活动，由此可见其官方性远大于娱乐性，而如今最对网民胃口的还是“娱乐性”内容，如果结合了这一点，活动自然会取得更多的关注。

我们不妨换一个角度，将“亚洲之路”搬到网络上，从全国招募最具文化底蕴的女孩进行海选，优胜者担任此次活动的形象大使。

另外，奥运歌曲《北京欢迎你》曾红遍中国，传唱度非常高。

这不仅仅是因为歌曲具备一定的流行元素，其营销手段也是主要原因。

为了制造噱头，《北京欢迎你》请来众多当红歌手演唱，这本身就是一种话题营销策略，对于观众而言，众多明星中总有一两个是自己喜欢的，无形中增加了许多关注度。

那么《广州之约》能否达到像《北京欢迎你》一样的效果呢？

照目前情况看，很显然答案是否定的。

这首歌选择了由一位草根味道颇浓的超女演唱，使得整首歌曲底气不足。

那么既然已经草根了，莫不如草根到底，从网络上征集MV，让网民投票参与进来。

至于官方最终是否采用那便是后话了，重要的是全民参与的这个过程。

综上所述，如果亚运能把这些网络营销资源得以有效开发，恐怕早已达到了“处处皆亚运，无人不亚运”的效果了。

## <<网络营销的6个关键策略>>

### 媒体关注与评论

《网络营销的6个关键策略》是作者沉浸于互联网行业多年的潜心之作。

如果你是个刚步入网络营销行业的新手，你将收获突破网络营销各阶段障碍的有效方法；如果你是老手，你将通过此书系统地梳理网络营销的战略战法，成为网络营销理论与实践的集大成者。

——诺基亚高级市场部经理余婉慧这本书细致地剖析了网络营销中的6个关键环节，它犹如网络营销“海洋”中的一盏明灯。

指引你的企业“舰队”驶向成功的彼岸。

——雀巢资深品牌经理 马笑菁《网络营销的6个关键策略》读起来有趣，用起来有效。

有了本书的帮助，能给你从“网络营销”到“网络赢销”提供系统的解决方案。

——麒麟网市场总监 张栩无论你的企业生产什么类型产品，销售什么样的服务，你都离不开网络营销。

如果你想从“网络营销”实现“网络赢销”，这本书将是你最佳的选择。

阅读本书，你将用3天的时间获得5年的网络营销实战经验。

——韬睿咨询市场经理 夏子《网络营销的6个关键策略》是从事网络营销人员和企业经理必备的参考书。

——淘宝网资行业运营 梁胜亮

## <<网络营销的6个关键策略>>

### 编辑推荐

《网络营销的6个关键策略》：百度北京分公司销售总监张汉文推荐序。

<<网络营销的6个关键策略>>

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>