

<<企业互联网营销宝典>>

图书基本信息

书名：<<企业互联网营销宝典>>

13位ISBN编号：9787535952912

10位ISBN编号：7535952917

出版时间：2010-7

出版时间：广东科技

作者：董俊峰

页数：221

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>

<<企业互联网营销宝典>>

内容概要

本书内容是关于中小企业互联网营销策划的案例。

目前市面上的同类书，多是讲理论的，或是讲门户网站案例的，针对中小企业互联网营销实战方面的书很少。

许多企业对互联网营销的认识存在一些误区：盲目跟风；不认可互联网；认为互联网营销就是花钱作广告。

实际上，适合中小企业的互联网营销往往是不用花钱的，而且效果更佳。

本书一共列举了60多种互联网营销的方法，每一节按照如下格式阐述：小贴士；现实案例；网络案例；提出理论；理论应用。

作者简介

董俊峰，网名懂懂，被许多人称为互联网营销奇才，褒贬有之。

著有《日赚500元》丛书，受读者好评。

懂懂在3年时间里，撰写了约2000万字关于互联网营销的文章，遍播互联网。

懂懂的优势是，拿过来一款产品，可以用最短的时间告诉你，这款产品在哪些网站卖得好，这些网站的运营模式是什么，推广模式是什么；同时告诉你，这款产品适合用什么方式进行推广，根据不同的需求，制订不同的推广方案。

联系QQ：2361456

书籍目录

第一章 杠杆营销 一、一个由“牙医”引出的营销模式 二、利用百度贴吧来推广名人字画 三、靠聊QQ群做生意的美容店 四、小区QQ群给他带来百万利润 五、是什么成就了她的400万的人气 六、Twitter营销是个什么概念第二章 SEM营销 一、中青旅开拓海外市场的秘密武器 二、三个关键词确立他的行业地位 三、SEO打造真正的自动赚钱平台 四、阿里医药3个月日流量过10万 五、为他人做嫁衣也是一种营销第三章 多媒体营销 一、穿情侣装的恩爱照竟是营销载体 二、利用视频来推广魔术钱包 三、外贸公司利用电子书做广告 四、一部小说踢出一个品牌 五、《钱吹灯》靠什么吹出的钱第四章 数据库营销 一、把你的客户打造成你的终身客户 二、企业QQ也是一种优秀的数据库 三、低端多次PK高端一次第五章 “全民宣传”营销 一、王通打造的全自动流量平台 二、测试测试你能活多大年龄 三、投票平台与全民宣传第六章 “软硬结合”营销 一、论坛网友聚会推广登山装备 二、小说连载戛然而止 三、批发《日赚500元》来摆摊 四、利用创业经验来推广皮包批发 五、笔记本电脑原来可以这么卖 六、品牌钻石网的软硬结合路第七章 网店营销 一、卖奶粉的小淘宝店 二、如何利用淘宝网快速推广新品牌 三、乘坐淘宝直通车的智多熊 四、兰缪内衣的品牌经 五、你开店我替你发货 六、让淘宝网替你代销产品 七、eBay推广中国字画第八章 竞价营销 一、购买搜索引擎关键词推广单款产品 二、水果商城利用搜索引擎关键词推广 三、GOogle内容广告成就英语品牌 四、免费试用里蕴涵的营销模式 五、艾丽女人网的总分模式 六、联众游戏里的抗衰老广告 七、竞价也能做导航站第九章 品牌营销 一、网店带动批发行业站的崛起 二、日本DHC的中国网络营销策略 三、中兴无限开发倒车小游戏 四、问学堂的教育品牌之路 五、妆点网建立的广告管道 六、网络营销的“纵贯线”组合 七、该“去哪儿”就“去哪儿” 八、凡客的5亿神话 九、软硬结合塑造Landsend 十、同程网给行业站带来的启发第十章 营销解决方案 一、策划符合网络推广的企业网站 二、怎样的营销手段最适合你的企业 三、量化式管理平台评论

章节摘录

1.牙科医院传统的推广思路越来越多的牙科医院开始了互联网营销。

如果在网上搜索一下就会发现，牙科医院的互联网营销策略，基本上是花钱在门户网站上购买广告位，以及在搜索引擎上购买与牙病相关的关键词。

这些策略的确有效，但是也需要投入庞大的广告经费。

现在，医院已经成了竞价的大客户群体，在百度竞价上每年消耗百万以上广告费的医院比比皆是。

那么，针对牙科医院，有没有一种免费的，而且非常有效的推广渠道呢？

2.“百度知道”上的牙科广告“百度知道”(zhidao.baidu.com)是国内最大的问题互动平台，笔者一直都习惯在“百度知道”上问一些专业性的问题，一般很快就会得到一些行业专家的答复。

2008年春节，笔者牙疼难忍，吃过好几种牙疼药，效果一般，于是在“百度知道”上发帖求助，想寻找牙疼的偏方。

有个网友给予了非常专业的解答，包括牙疼的起因、牙疼的分类、不同分类的治疗方法，还罗列出了牙疼可能引发的并发症，他强烈建议去正规牙科医院做详细检查。

他罗列了青岛三家牙科医院，并且给予了详细的比较，包括医师的资质、服务态度、收费标准，以及每一家医院的详细地址和联系电话。

对于他的热情，我非常感动，并按照他的建议，选择一家连锁牙科医院就诊。

就诊后，牙科医院要做一个满意度调查，调查项目包括医生、护士的服务态度等，其中有项调查为“您是从哪里知道我们医院的？”

”，后面就有一个选项是“百度知道”。

在后来与医院人员的交谈中得知，每天至少有10个患者是通过“百度知道”发现这家医院的。

“百度知道”也是该牙科医院的主要推广渠道。

3.剖析牙科医院的软广告这家牙科医院在“百度知道”上没有投入一分钱的广告费，仅仅是安排医师去回复青岛区域的牙科类的问题。

在“百度知道”上，凡是咨询牙科问题的青岛用户，都属于这家医院的目标客户。

每天约有50位青岛网友在“百度知道”上发帖咨询牙病的问题，而医院派出了专业医师来回复这些问题，自然得到求助者的信任，所以该医师给予的推荐便具有很高的可信度和权威性。

因为医师同时推荐多家医院，所以不会让求助者感觉这是一个推荐式广告，“百度知道”管理人员也不会认为这是一个广告。

另外，在其推荐的几家医院比较中，着重就是突出了自家医院，虽然是同时推荐了多家医院，实为只推荐了自家医院，所以很容易便成功了。

该广告模式成功的4大关键性因素：“百度知道”是一个高流量平台、求助者均为意向流量、专业性和权威性的回复、隐蔽的建议性广告。

4.“百度知道”上的统一回复“百度知道”上的求助问题各种各样，各行业各领域的问题都有，有明星八卦方面的问题，也有专业性的问题。

前面提到的牙科医院利用“百度知道”来推广业务，大多做地方性的回复，而且根据不同的求助问题给予不同的个性化回复，其业务具有地域化和多样性的特点。

在现实中，有许多业务是不受地域限制，而且业务具有单一性，比如减肥业务。

那么如何利用“百度知道”来推广减肥业务呢？

“百度知道”上每天新增的关于减肥的问题，至少有上千条，大多数城市都有。

如果采取牙科医院的回复方式，每个都给予个性化回复，那么工作量会非常大。

在“百度知道”上，有一家运动减肥俱乐部，他们使用了统一的答案来回复这些减肥类问题。

他们将常见的减肥方法做成一个比较列表，比较选项有：减肥方式、减肥效果、减肥成本、减肥周期、是否反弹、是否节食、副作用等，对抽脂减肥、药物减肥、手术减肥、节食减肥、运动减肥等进行了详细地比较，比较的侧重点就是突出了运动减肥的优势，每一种减肥方法，都列举了一个品牌以及联系电话。

该减肥俱乐部主要是靠销售视频光盘来赢利，面向全国邮寄销售，对于这些减肥问题的求助者而言，

<<企业互联网营销宝典>>

这篇回复很有价值，并且每种减肥方法都推荐了一家，有详细的联系方式。

按照传统的思维模式，不会有企业会给竞争同行做广告，所以求助者绝对不会认为这是一个广告，相反，他们会认为这是一个减肥行业的专家给予的建议。

该减肥俱乐部，每天可销售30多份视频光盘，每份光盘售价298元。

5.利用“百度知道”做长尾关键词在搜索引擎上，随意输入一个长尾关键词，搜索结果中排在第一名的往往是“百度知道”。

因为人们越来越习惯使用疑问句进行搜索，比如想搜索一下青岛小吃，过去可能会搜索“青岛小吃”，而现在人们则习惯于搜索“青岛最好吃的小吃是什么？”

”这就是我们提到的长尾关键词。

“百度知道”上的问题，几乎全是长尾关键词，而其他网站很少关注长尾关键词，这也是为什么当我们搜索长尾关键词时，“百度知道”往往排在第一名的缘故。

青岛的馄饨很有特色，很多人都搜索“青岛最好吃的馄饨是哪家？”

”有一家馄饨店就在“百度知道”上主动地提出这样的问题，然后自己再去回复。

因为“百度知道”上的内容能够很快被搜索引擎收录。

所以，当人们搜索“青岛最好吃的馄饨是哪家？”

”的时候，这个帖子就会排在搜索结果的前几名。

这种方式，并非单纯吸引“百度知道”的目标人群，更能吸引搜索引擎上的目标人群，因为“百度知道”在搜索引擎上有排名优势，所以很容易就把长尾关键词排到第一名。

这是很多企业提升知名度的渠道，自己去提出问题，然后再换ID去回复。

比如吃饭网(www.chifan.cn)在“百度知道”上提出了一个问题：“日照最好的网站是什么？”

”，然后换ID回复了该帖子，在帖子里介绍了吃饭网是日照最好的网站，很多人都是通过搜索“日照最好的网站是什么？”

”而知道吃饭网的。

但是，在使用这种方法做长尾关键词排名的时候，一定要有道德标准，有些商家不仅仅会占领自己产品的长尾关键词，还会占领同行产品的长尾关键词，然后在问题回复里推荐自己的产品。

做互联网推广，一定要有个基本的道德底线，否则，也只是一时得利，必不长久。

6.“百度知道”的技巧总结“百度知道”是一个巨大的流量平台，借助流量平台来推广业务时，一定要遵循平台的基本规则(比如，不要去群发广告，也不要违规发帖)。

遵循其规则的前提下，通过为求助者解答专业问题，顺便推荐自家业务。

所以“百度知道”营销有两点核心：有价值的回复和隐蔽式推荐广告。

“百度知道”的优势是依托百度搜索引擎，与“百度知道”类似的平台，还有依托于Google搜索平台的“天涯问答”，依托于QQ搜索平台的“问问学堂”，依托于新浪搜索平台的“爱问”。

这些问答平台上，每天都聚集着大量的各行业的目标客户，合理地使用这些问答平台，可以获取大量的成交客户。

这些平台特别适合服务类行业的互联网推广，比如搬家、医疗咨询、法律咨询、心理咨询等。

7.利用“百度知道”推广律师服务假设在青岛有一家律师事务所，名为××律师事务所，想开展互联网营销，现尚未建立网站，想尝试一下免费的互联网营销方法，通过“百度知道”来宣传推广律师业务，那么应该如何开展呢？

(1)设计长尾关键词。

在“百度知道”上发主题帖：“青岛哪家律师事务所最好？”

”“青岛最厉害的律师是谁？”

”“青岛最牛的律师是谁？”

”“青岛最专业的律师是谁？”

”等，以人们经常搜索的长尾关键词来作为标题进行提问，然后换ID给予回答，以客户的身分推荐××律师事务所，并留下其联系方式。

当人们在搜索引擎上搜索相关的长尾关键词时，就会搜索到这些问题帖，从而找到××律师事务所。

(2)回复求助问题。

<<企业互联网营销宝典>>

关注每天青岛用户提出的法律求助问题，以一个类似经历的身份来给予解答，并且顺便推荐××律师事务所，而不是以××律师事务所的身份来进行回复，同经历的人的推荐，更具有可信度，而且看起来也不像广告。

(3)拓宽领域。

不仅仅在“百度知道”上进行回复，同时还可在“爱问”“问问学堂”“天涯问答”上采取同样的方式来推广业务。

借助“百度知道”这个庞大的流量平台，以主动解答求助者的问题为桥梁，建立信任的同时，顺便推广自身业务，很容易便可产生成交。

这是最简单、最便捷的免费的互联网营销模式。

.....

<<企业互联网营销宝典>>

媒体关注与评论

偶然的认识机会认识懂懂，觉得他是很特别的人，特别的是他有超乎他年龄的悟性，所以记住了他。一直认为他的才华用来写书实在是太奢侈浪费了，因为他的好学和洞察力会创造出很多不同凡响的成绩来，同时也非常期待他的更高地突破，包括突破自己！

——BESTFEEL副总裁 VIVIAN WANG看过《日赚500元》后，感觉自己以前对网络营销的认识不够，2003年创办的律师网站，没怎么推广，却每年有一些收入。

但从今年以来，通过网络平台带来的业务量正在萎缩，一方面是自己疏于管理，另一方面现时的法律网站太多，别人的营销方式走在前面，我的网站成了守株待兔，是要改变了，懂懂考虑问题的方法，给了我启发，谢谢！

——武汉律师网 詹律师我认为懂懂对互联网世界比普通人看得更远，他所看到的、想到的和策划的项目思路，为想要在互联网上创业的朋友们指明了道路。

——网店世界、千芒网CEO 张宇到朋友QQ空间看一篇文章，知道了懂懂，买了一本懂懂的书，认识了懂懂。

懂懂，加油！

——中国地板点评网CEO ibiter跳出来看懂懂，也不过那么回事，中国版蜡笔小新，趁着乱世扯个草杆子就创造了2006年的辉煌，然后又东西南北的撞出N次辉煌。

辉煌过后希望不要丢了当初的纯真，能更明白幸福的意义，引用一句话，你知道你要去哪里，世界都会为你让路。

——职业网商 我爱国际蓝我是淘宝网上的一家五皇冠店店主，认识懂懂后，才知道网上的赚钱的项目这么多，更有信心做一辈子的自由白领。

——邻家实惠小店店主 kwgdy在网络世界里你就像鹰的眼光一样锐利的看到网络的本质！

——浙江义乌小商品城集团股份有限公司 小钟原来的疯狂给互联网带来的巨大冲击是没有人能替代的！

——自由网络人 化石男人懂懂这次为企业送来的互联网营销策略，相信对许多企业会有帮助。

——唯众网络总经理 梁远辉认识懂懂3年多了！

这期间和众多热爱互联网的朋友一起见证了懂懂的成熟！

懂懂是网络的奇才！

他的思想带动和影响了一大批热衷于网络营销的群体！

懂懂是感性的！

喜欢交友！

喜欢和朋友分享！

懂懂是幸运的！

结识了一大批导师以及热衷互联网的精英！

相信懂懂的网络之路会越来越宽！

真诚祝福懂懂！

——职业投资人 九哥懂懂在互联网营销中思维敏捷、独到，他把繁琐复杂的互联网营销策略巧妙的转换为通俗易懂的生活现象！

即便你对互联网一窍不通，听了“网络营销鬼才”懂懂的分享或看了他的书马上采取行动，你也可在互联网中有所作为！

有个智者说过：大师可以把复杂的东西变简单，专家是把简单东西变复杂，懂懂帮我们策划的网站，今年多赚了100多万！

——赢家教育总策划汇成人文机构董事 许建宏懂懂永远是那个性情中的人，感觉还有点傲慢。

可能太忙的缘故。

思路高深莫测。

一部《日赚500》彻底迷上网络，疯狂的执着，百团神秘而又充满着神秘感。

读懂懂的书让我们这些常年的网络消费者了解到网络是如何的赚钱。

<<企业互联网营销宝典>>

——淄博信息网站长懂懂以非凡的洞察力掀开网络赚钱的面纱，推开互联网营销的大门。

——BEFREE懂懂，是企业的营销黑马。

——XP酒吧投资人 凌晨从懂懂身上，让我重新认识互联网。

——问学堂CEO 胡瑞顺两年多前偶然看到了懂懂的自传，立即被懂懂所吸引，惊叹于他的多变的思维、他的洞察力、分析能力……他几乎能从任何一个小小的事情中看到机会、看到商机。

从此我成为一个懂迷，每当困惑时，总能从懂懂现在或过去的文章里找到一些方向。

——秋天的狼懂懂的圈子比他本人更具有吸引力！

——阿里医药网CEO

<<企业互联网营销宝典>>

编辑推荐

《企业互联网营销宝典》一共列举了60多种互联网营销方法，有些方法具有通用性，有些方法则只适合特定的企业产品。

前面几章以案例为主，最后一章详细介绍了企业开展互联网营销的具体步骤。

任何一种优秀的营销模式，肯定是网民随处可见的，企业只需要学会找到同行的成功模式，分析和借鉴他们的成功，自然也会成功。

《企业互联网营销宝典》并不否认创新的必要性，只是强调了先要学会走，再去尝试跑。

br 《企业互联网营销宝典》将带您走入真正的互联网营销世界！
带给您不一样的震撼！

<<企业互联网营销宝典>>

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>