

<<转化率>>

图书基本信息

书名：<<转化率>>

13位ISBN编号：9787561539361

10位ISBN编号：7561539363

出版时间：2011-8

出版时间：厦门大学出版社

作者：宋安

页数：239

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>

<<转化率>>

内容概要

《转化率--网络广告方法流程和案例》(作者宋安)引用中国权威互联网研究机构——艾瑞咨询的研究数据,结合世界500强企业的实战经验,分析互联网广告常见的问题,呈现各种报告工具和不同类别的案例。

对从业人员而言,《转化率--网络广告方法流程和案例》是很有实战价值的参考手册。

<<转化率>>

作者简介

宋安：艾瑞网专家。

厦门大学经济学学士、广告传播学硕士，研究生导师为厦门大学新闻传播学院陈培爱教授。

目前就职于世界500强企业—中国平安保险集团，负责网络品牌管理，长期专注于互联网和品牌传播研究。

在中国广告核心刊物《广告大观》上发表《病毒营销的发展历程和运作方法》，在中国互联网协会刊物《互联网天地》上发表《从市值看中国互联网的竞争格局》等论文多篇，并参与陈培爱教授的《广告学概论》等多部书籍的编写。

<<转化率>>

书籍目录

第1章 网络广告管理的逻辑

什么是转化率

网络广告的平均点击率和转化率

广义的转化率

流量和网站分布

中国互联网用户的行为研究

微观的网站流量分析

用户旅程和转化率

第2章 认识企业广告主的需求

网络广告的投放效率

企业常见的广告需求

网络广告需求简报的撰写

网络广告效果评估的行业标准

网络广告的常见形式和评估指标

第3章 如何制定网络广告媒介计划

互联网的发展历程和主要形态

中国互联网的格局

如何制定网络广告媒介计划

网络广告活动的媒介计划表

网络广告活动准备的进度表

第4章 网络广告活动策划流程

硬广告的主要形式

软广告的主要形式

品牌定位战略和转化率

网络活动策划的流程和十大标准

网络广告策划案例分析

第5章 互联网广告创意设计

消费者对互联网广告注意力及偏好研究

网络广告的用户体验研究

第6章 社区网站和口碑营销的操作

web2.0时代的整合传播

从鼠标到键盘：从编辑为中心到用户为中心

企业网络口碑和声誉管理方法

第7章 搜索引擎的营销和公关

搜索引擎对品牌价值的贡献

如何投放搜索引擎广告

如何做搜索引擎的公关优化

第8章 如何撰写结案报告

第9章 网络广告常见案例分析

后记

<<转化率>>

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>