

<<網路行銷特訓教材>>

图书基本信息

书名：<<網路行銷特訓教材>>

13位ISBN编号：9789572238752

10位ISBN编号：9572238752

出版时间：松崗電腦圖書資料股份有限公司

作者：趙滿鈴，電腦技能基金會 著

页数：332

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>

<<網路行銷特訓教材>>

前言

作者序 1984年，因為對行銷廣告的熱愛，我投入了行銷企劃的工作，悠遊於傳播媒體、品牌行銷、廣告公關的領域中，展開了多彩多姿的生活。

1994年，選擇與朋友共同創業，成立整合行銷公司，紮實的累積各種行銷經驗。當時正逢網際網路商業化逐漸萌芽，我們也在原有的行銷服務之外，加入了網路行銷的規劃，由於傳統媒體與網路媒體的運作方式及技術專業要求不同，也鮮少有專業人士兩者皆精通，於是市場上對於網路行銷大都抱持著觀望態度，我們就像傳道士一樣，以有限的力量推廣網路行銷觀念，並且經歷了網路泡沫化的冷熱交替，這箇中滋味，若非親自體驗，難以形容。

2004年，網際網路在台灣有了突破性的發展，企業與組織開始瞭解網路行銷的重要性，演變至今，無人能否認網路媒體的重要性，而我也另成立公司協助企業與政府組織善用網路行銷資源。

十年一變的人生，如同網路行銷的發展一樣，過程雖辛苦，收穫已滿載。對於「行銷」，我深刻體會唯有身入其中才能領略其奧妙之處，我經常建議一些有興趣從事行銷企劃的新鮮人，想要具有行銷實力，其實沒有捷徑，就是要親身去使用與多練習。

所以如果有人問我做好網路行銷的秘訣，我的回答肯定是要先瞭解什麼是網路行銷，並且確定自己對網路有熱情，還必須成為網路的重度使用者，才能順利跨出第一步。

本書的出版目的就是協助對網路行銷有興趣的人士，更快速的瞭解網路行銷的規劃與應用，透過本書的引導，再加上實務經驗，成為一個優秀的網路行銷人才。

本書能順利出版，要感謝電腦技能基金會龔文儀主任的支持與陳斐玲專案經理的協助，若不是文儀的邀請，可能這本書仍在我的腦海中；同時要特別感謝政治大學洪順慶教授同意我在書中第一章直接引用他的著作「行銷管理」的部份內容；還要衷心感謝在網路行銷界具有盛名的盧希鵬教授在百忙之中鼎力相助，為本書寫推薦序。

撰寫本書的過程中，感謝提供成功案例的業界好友們：e21摩奇創意楊懿珍總監、米蘭數位科技江祖榮執行長、奇禾數位整合行銷郭睿杰總監、功典資訊執行長鄭偉成以及軍團科技李禹徵先生；感謝協助蒐集資料及整理的盧天俊先生、張娉鳳小姐、朱琳婕小姐；同時也要感謝我的家人，能夠容許我犧牲與家人相聚的時間以完成這本書。

這本書集結了我超過二十五年行銷的經驗，尤其是在網路行銷方面的資歷。書中包括了許多珍貴的資料、行銷技巧以及成功的案例，由於網際網路的發展快速，因此在閱讀本書的同時，若能同步上網至相關網站參考更多資料或增加實際演練的機會，將會有更好的學習效果。本書是一本實用的網路行銷書籍，期望讀者能在其中發現自己的興趣與熱情，開創未來更美好的人生。

趙滿鈴 2010年12月推薦序 我喜歡看有實務經驗老師寫的書，這本書就是其中之一。

在網路的世界中，資訊的問題不是太少，而是太多。資訊的閱讀需要人們的注意力，而注意力是有機會成本的，也就是一個人不能同時把注意力放在看書，又用在上網。

所以網路行銷真正寶貴的資源，往往不在內容，而在網友們有限的注意力。

於是，早期的網路廣告的方式就是用看板（banner）來吸引人們的注意力。

我曾戲稱，看板廣告的始祖是柯賜海，大家明明在看新聞，就會看到有兩個看板在後面晃呀晃，來干擾你的注意力。

這種以資訊為主的網路行銷隨著網路泡沫化而產生了新的變化，原來人們在網路上主要的活動不在看資訊，而是在社交八卦傳訊息，讓網路由內容媒體成為了社交媒體。

我上網路行銷課時，會一再提醒大家，網路行銷不是你做的，是網友替你做的。

現在年輕人上網的時間遠遠比看電視或雜誌多，網路行銷怎麼會不紅呢。

不過，內容行銷、搜尋行銷還是社交行銷比較好？我也在課堂上告訴我的學生，時髦的不一定比較好。

但是一位經歷過「傳統」與「時髦」的網路行銷老師並不多，趙滿鈴總經理絕對是其中的翹楚。

認識趙滿鈴總經理已經是十幾年前的事，她那時候就熱衷於網路行銷。

<<網路行銷特訓教材>>

算算網際網路開放給商業應用不過也十幾年，滿鈴算得上是網路行銷界的元老(註，網路元老都很年輕，是我年紀大，所以認識她)。

特別是這位元老，經歷過網路泡沫化的洗禮，仍然屹立不搖，如同火練過的真金。

此外，滿鈴也在我們學校的工商設計系擔任講師教授網路行銷相關課程多年，可以說是在實務與學理兼具的專家。

網路行銷與實體行銷屬於兩個不同的典範，近幾年來真正瞭解網路行銷本質的人才並不多，有鑑於此，經濟部工業局「資訊應用服務人才培訓計畫」通過了網路行銷規劃師考試的技能規範，來協助有心從事網路行銷規畫的人們有具體的進修方向。

電腦技能基金會能找到滿鈴來寫這本書真的是太恰當了，相信這本書的出版，將能嘉惠更多想從事網路行銷的人才。

台灣科技大學 管理學院 院長 盧希鵬

<<網路行銷特訓教材>>

內容概要

台灣科技大學 管理學院 院長 盧希鵬 推薦！

每一章均有個案分析與習題，理論與實務兼俱！

本書為「企業電子化人才能力鑑定」(EEC)之「企業電子化規劃師-網路行銷MKP」指定用書。遵循「企業電子化規劃師-網路行銷MKP」之技能規範架構撰寫，符合鑑定的命題趨勢。

電腦技能基金會之企業電子化人才能力鑑定(EEC)榮獲經濟部工業局頒發「技術服務機構能量登錄證書」，證明電腦技能基金會在國內推動產業應用服務升級過程是專業且合格的檢驗及驗證服務機構；另「企業電子化規劃師-網路行銷」本項證書甫上市，便於99年度10月通過經濟部工業局「資訊應用服務人才培訓計畫」電子化人才鑑定審查，為一產官學研認同的專業人才認證制度。

本書作者擁有近二十五年的產業行銷經驗，常於各產業人才培訓機構擔任講師，亦為台灣科技大學的講師，所以熟悉大專校院的教學模式。

透過作者的整合實務及學理，以淺顯易懂的陳述方式，深入淺出的導引模式讓讀者了解「網路行銷規劃」的全貌。

<<網路行銷特訓教材>>

作者簡介

趙滿鈴 學歷：台灣大學商學士、政治大學經營管理碩士 經歷：宏碁集團行銷企劃、摩奇創意公司總經理，行銷經驗逾二十五年，為台灣最早從事網路行銷之人士。

現任：都可行銷公司總經理、智淵管理顧問公司總經理、政府單位專案顧問及企業行銷顧問、台灣科技大學兼任講師。

<<網路行銷特訓教材>>

書籍目錄

Chapter 01行銷概念與網路行銷1.1 近代對行銷的新定義1.2 行銷策略1.3 行銷4P決策規劃1.4 產品生命週期1.5 行銷管理1.6 品牌的意義與品牌權益1.7 網際網路在行銷的策略角色1.8 網路經濟四大定律1.9 個案分析：網路活動與品牌塑造Chapter 02網際網路發展與網路人口特色2.1 網際網路的起源及其發展2.2 網際網路經營模式的演變2.3 網際網路特色與網路消費者行為2.4 網路人口調查2.5 社群媒體的興起2.6 台灣五花八門的網路世界2.7 個案分析：美國熱門團購網站GrouponChapter 03 全球知名網站與網站分類3.1 世界流量排名領先的網站3.2 知名網站介紹3.3 台灣流量排名領先網站3.4 網站分類及其特色3.5 台灣網路產業生態3.6 個案分析：入口網站開站活動Chapter 04 網路行銷規劃與應用4.1 何謂網路行銷4.2 網路行銷的發展進程4.3 網路行銷運作模式4.4 網路行銷的STP策略4.5 網路行銷的4P策略4.6 有效的網路行銷操作4.7 個案分析：實體商店開幕網路行銷操作Chapter 05 網路媒體與廣告5.1 萬人媒體的力量5.2 網路廣告市場5.3 何謂網路廣告5.4 網路廣告呈現形式5.5 關鍵字廣告與搜尋引擎的優化5.6 網路廣告操作要領5.7 個案分析：產品新包裝上市活動Chapter 06 網路行銷規劃與應用6.1 網站規劃要點6.2 網路行銷規劃五步驟6.3 部落格行銷6.4 社群媒體行銷6.5 口碑行銷6.6 病毒式行銷6.7 網路行銷企劃書撰寫及專案管理6.8 個案分析：網站建置與網路活動Chapter 07 網路行銷與電子商務7.1 電子商務的定義7.2 電子商務的策略目標7.3 電子商務市場概況7.4 購物網站開店平台7.5 網路事業獲利模式7.6 個案分析：經營電子商務的心路歷程 - 創業者的獨白Chapter 08 網路行銷效益評估8.1 網站維運效益評估8.2 網路廣告效益評估8.3 網路活動效益評估8.4 社群經營效益評估8.5 個案分析：星巴克在網路行銷的經營成效Chapter 09 顧客關係管理9.1 顧客生命週期行銷9.2 何謂顧客關係管理9.3 顧客關係管理循環9.4 個體行銷、關係行銷、資料庫行銷與精準行銷9.5 許可式行銷9.6 顧客模式分析與顧客終身價值9.7 顧客關係管理規劃步驟9.8 個案名稱：運用顧客關係管理平台（eCRM）進行顧客圖譜分析Chapter 10 網路行銷的未來發展10.1 網路雲端生活 10-210.2 技術與趨勢 10-510.3 個案分析：美國新崛起的社群網站Foursquare

<<網路行銷特訓教材>>

媒体关注与评论

台灣科技大學 管理學院 院長 盧希鵬 推薦

<<網路行銷特訓教材>>

編輯推薦

- 1.以行銷觀念為基礎，最符合實務需求的網路行銷書籍。
- 2.內容涵括網路行銷各個層面，是培養網路行銷專業人才的最佳讀本。
- 3.從網路起源探討網路的本質，清楚分析網路未來發展脈絡。
- 4.對於網路行銷的規劃及應用有完整的說明，內容淺顯易懂。
- 5.每章均有個案分析，幫助理解與學習。

作者簡介 趙滿鈴 學歷：台灣大學商學士、政治大學經營管理碩士 經歷：宏 集團行銷企劃、摩奇創意公司總經理，行銷經驗逾二十五年，為台灣最早從事網路行銷之人士。

現任：都可行銷公司總經理、智淵管理顧問公司總經理、政府單位專案顧問及企業行銷顧問、台灣科技大學兼任講師。

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>