

<<輕鬆打造網路印鈔機>>

图书基本信息

书名：<<輕鬆打造網路印鈔機>>

13位ISBN编号：9789861204468

10位ISBN编号：9861204466

出版时间：商周文化

作者：李義正 著

页数：256

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>

## <<輕鬆打造網路印鈔機>>

### 前言

回想起幾年前決定接任新事業管理人的職務時，其實心裡非常忐忑不安。我學的是商業設計，從高中到研究所都是接受專業的設計訓練，本身雖然對行銷有濃厚的興趣，但從來沒有接受過正式的行銷教育，甚至當時才剛退伍，連正式工作經驗也沒有，所以不免懷疑自己：我真的能辦到嗎？

當時收到的任務是：期限兩年，預算兩百萬元（包括每月的員工薪水），看能做到什麼程度，如果不理想，投資人也不打算繼續燒錢。

對我來說是個很大的挑戰，但既然決定做了，也沒打算讓計畫失敗。

我從只有一台筆記型電腦與網路，就這麼開始經營公司。

辦公的地點還是正在裝修的辦公室，沒經驗的我，從商品規劃、商品包裝、網站建置、金流物流、行銷企劃等所有創業流程，全部參與，當時賣出第一件商品的喜悅到現在還記憶猶新。

兩年期限到後，我交出了一個年營收兩千萬元的網路事業體，以及被近二十家媒體報導的優異成績，以小額創業來說，能達到這樣的表現，算是非常理想了。

任務圓滿達成後，我離開了原公司，為了完成自己的理想，出國工作與進修。

現在交予接手團隊持續經營，有時會給與一些行銷上的建議。

在這樣資源短缺，人才有限的情況下，如何做到這樣的成績？

當時的我每天都告訴自己：花最少的錢，做最多的事（甚至不要花錢最好）。

基於這個信念，因此我所操作的行銷手法，皆以低成本的方向作思考。

其實，兩百萬元的預算扣除掉所有成本後，如果還大量燒錢做行銷，那不用半年就耗盡了。

本書最主要目的，是希望給小型事業體或預算不足的管理人、主管一些指引與參考，幫助他們達到理想的事業營收，並改善現有的經營狀況。

雖然我建立的是網路事業體，但本書不僅僅是提供網站經營者建議，甚至傳產事業的經營者，也可以思考如何擁抱網路商機，畢竟網路本身，就是一個低成本行銷管道。

如果你跟我一樣：一、從零開始，菜鳥創業。

二、沒有專業行銷背景。

三、沒有網路行銷經驗。

四、沒有大量資金。

五、兩年內就想要有理想收益。

那麼請相信我，本書絕對能夠幫助你的事業。

如果沒有經驗、沒有受過訓練的我可以，相信你也可以因為本書的方法，提高事業的營收。

兩年兩千萬的24個祕密 經營網路事業這兩年多，扣除前半年的籌備期，真正開幕營業的時間為兩年。

兩年的時間並不算長，但我們仍然達到了第一年九百多萬，第二年兩千萬，成長率百分之一百以上的成績。

回頭想想為何能做出這樣的成績？

我仔細思考後，分析出了24個祕密與大家分享。

網路行銷是成就網路事業的其中一個原因，但並非完全的答案，成就一個獲利的網路事業體，必須整合各個面向的專業。

雖然我們的規模不如大公司，無法做制度化的分門別類，但也不能忽視小的力量，而且一個事業體不分大小，他所要接觸的層面是一樣多的。

一般同類型書籍會將個別的理论談得過於艱澀，讀者也不易串聯，為了讓每位讀者都能夠運用本書的方法在自己的事業上，我將以這24個項目為基礎，組織出本書的架構。

本書與其他網路行銷書籍的不同之處，就在於我不打算「包山包海打高空」。

通論性的書籍與網路資料已經非常多了，我認為不需要多我一個。

我想給予讀者的是成功的經驗談，再搭配我所使用的網路行銷技巧，所構成的一本書籍，簡單的說，就是一個網路創業案例。

## <<輕鬆打造網路印鈔機>>

方法可算是很不正統的土法鍊鋼，但正不正統對我們有那麼重要嗎？

重要的應該是「獲利」，粗俗的說就是「賺錢」。

每開門一天就是燒一天的錢，快速、簡單、有效，比起說大道理來得有幫助。

如果你屬於以下的讀者，我認為本書將非常適合你（妳）：  
打響知名度、提升收益的管理人。

擁有一個品牌，想要利用網路  
擁有傳產事業，想要進入網路市場開拓更多業績的經營者。

想要在網路上兼差做生意，但不打算花太多資本的上班族。

計畫網路創業，但沒有太多資金的創業者。

公司任命做網路行銷，但沒有經驗，無從下手的行銷人員。

本書簡單的說，就是以小規模、資本低、無經驗、想創業的對象為主。

看到這裡，如果你確定這是你要的，那就繼續往下翻，一起來學習如何網路做行銷吧！

## <<輕鬆打造網路印鈔機>>

### 內容概要

本書與其他網路行銷書籍的不同之處，就在於作者不打算「包山包海打高空」。

通論性的書籍與網路資料已經非常多了，作者認為不需要多他一個。

他想給予讀者的是成功的經驗談，再搭配他所使用的網路行銷技巧，所構成的一本書籍，簡單的說，就是一個網路創業案例。

方法可算是很不正統的土法鍊鋼，但正不正統對我們有那麼重要嗎？

重要的應該是「獲利」，粗俗的說就是「賺錢」。

每開門一天就是燒一天的錢，快速、簡單、有效，比起說大道理來的有幫助。

如果你屬於以下的讀者，本書將非常適合你（妳）：一、擁有一個品牌，想要利用網路打響知名度、提升收益的管理人。

二、擁有傳產事業，想要進入網路市場開拓更多業績的經營者。

三、想要在網路上兼差做生意，但不打算花太多資本的上班族。

四、計劃網路創業，但沒有太多資金的創業者。

五、公司任命做網路行銷，但沒有經驗，無從下手的行銷人員。

本書簡單的說，就是以小規模、資本低、無經驗、想創業的對象為主。

看到這裡，如果你確定這是你要的，那就繼續往下翻，一起來學習如何網路做行銷吧！

## <<輕鬆打造網路印鈔機>>

### 作者簡介

李義正，曾任天鵝脖子街的品牌經理人，天鵝脖子街是網路上的創新品牌，以互動、趣味的方式銷售禮盒。

喜餅、彌月禮、年節禮盒與團購美食為主要產品。

創立兩年多以來，即廣受各界矚目，不僅被各大媒體報導、受邀上節目，同時也深受知名人士喜愛。電視、廣播、報紙、雜誌等各大傳媒都曾報導過，如台視-發現新台幣、民視-就是愛玩美、年代新聞、壹週刊。

目前於口袋移動科技股份有限公司服務，主要負責網站企劃與網路行銷事務，並結合公司在手機數位內容的開發經驗，研發創新服務與產品。

## <<輕鬆打造網路印鈔機>>

### 書籍目錄

前言 我可以，當然你也可以。

第一篇、基礎概念學習秘密1 強化某一賣點，不失焦，不貪心，不作多秘密2 深入了解網路市場，但仍固守本業，其他委託專家第二篇、網站製作、經營關鍵秘密3 擁有自己的網站，多元發揮，不受制於平台網站秘密4 做好網站企劃，並做好開站前的測試秘密5 保持網站新鮮，時常更新秘密6 不停優化網站秘密7 為每件小事寫一篇故事秘密8 大量撰寫文章，放置於網站、部落格秘密9 放置見證資料，顧客沒提供就自己收集第三篇、行銷服務策略秘密10 建立人性化的感覺，網路只是媒介，讓顧客感覺溫暖秘密11 建立與顧客快速接觸的機會秘密12 服務好每個客戶，即使他以一元買到商品秘密13 持續培養忠誠顧客，運用特別的待遇與優惠，讓他們感覺地位尊貴秘密14 知名度低時，讓顧客大量接觸到產品，讓產品做廣告秘密15 大量找地方(網路)曝光秘密16 以資源換取曝光機會秘密17 小題大作，將所有小事放大秘密18 以各式各樣的誘因收集電子報名單秘密19 持續發行電子報秘密20 深入研究關鍵字廣告，並不斷測試觀察秘密21 用低成本的公信力行銷第四篇、實體行銷注意事項秘密22 網路公司，實際行動秘密23 利用另一條網路-人際網路秘密24 建立每月固定營收，將B2B的獲利方式，套入B2C，培養基本業績來源結語

## &lt;&lt;輕鬆打造網路印鈔機&gt;&gt;

## 章节摘录

我在公司是負責品牌行銷的工作，我曾經運用了4P、4C（行銷術語）與5W1H（另一種行銷術語）Present（簡報或講解）了一個很好的Marketing Plan（行銷計畫），我提的Strategy（策略）能Increase（提高）品牌的知名度，預估可以提升百分之二十的Market Share（市占率）。

我認為要提高你的營業額，最好從Web（網站）的UI（使用者介面）開始revise（修改），這樣才能提高Web（還是網站）的Usability（好用的網站） 我很佩服專家，還記得我多年前跟一位任職於外商手機公司的前輩朋友聊天，請教他在公司負責什麼工作時，他差不多就用上面的例子為我做了詳細但聽不懂的解說。

我並非專業行銷商管背景出身，也從未在大企業上過班，所以我很了解閱讀、聆聽這些專業知識，有多麼的困難與讓人想進入夢鄉。

我期望用我豆腐般的腦袋吸收這些外來語，讓資訊與知識能夠以大家都看得懂的方式來敘述。

這裡看不到專業的知識與分析，比較多的田野行銷實踐，所以各位看到的是我將知識實現成業績的過程。

本書主要分成四大篇，共24個秘密 第一篇、基礎概念學習 秘密1 強化某一賣點，不失焦，不貪心，不作多 秘密2 深入了解網路市場，但仍固守本業，其他委託專家 第二篇、網站製作、經營關鍵 秘密3 擁有自己的網站，多元發揮，不受制於平台網站 秘密4 做好網站企劃，並做好開站前的測試 秘密5 保持網站新鮮，時常更新 秘密6 不停優化網站 秘密7 為每件小事寫一篇故事 秘密8 大量撰寫文章，放置於網站、部落格 秘密9 放置見證資料，顧客沒提供就自己收集 第三篇、行銷服務策略 秘密10 建立人性化的感覺，網路只是媒介，讓顧客感覺溫暖 秘密11 建立與顧客快速接觸的機會 秘密12 服務好每個客戶，即使他以一元買到商品 秘密13 持續培養忠誠顧客，運用特別的待遇與優惠，讓他們感覺地位尊貴 秘密14 知名度低時，讓顧客大量接觸到產品，讓產品做廣告 秘密15 大量找地方(網路)曝光 秘密16 以資源換取曝光機會 秘密17 小題大作，將所有小事放大 秘密18 以各式各樣的誘因收集電子報名單 秘密19 持續發行電子報 秘密20 深入研究關鍵字廣告，並不斷測試觀察 秘密21 用低成本的公信力行銷 第四篇、實體行銷注意事項 秘密22 網路公司，實際行動 秘密23 利用另一條網路-人際網路 秘密24 建立每月固定營收，將B2B的獲利方式，套入B2C，培養基本業績來源 除了有關網站的行銷策略，本書還提供了現在最夯的Facebook及Apps行銷策略必備手冊，因為社群行銷與行動行銷在未來將會無法抗拒。

前陣子我相信不分男女老幼都會把「以『偷菜』聞名的Facebook開心農場」掛在嘴邊。

或是為了得到某個廠商提供的贈品，而把所有Facebook好友通通叫來幫忙，發現哪裡有好康抽獎就呼朋引伴一起來。

社群網站中最具代表性的便是Facebook，在短短不到五年的時間，就擊敗國內頗具盛名的社群網站，逼得國內的數個社群網站不得不絞盡腦汁提出更在地化、更特別的社群服務，但槍桿子抵不過大砲，最後大多選擇加入，利用Facebook幫自己的社群網站加分。

根據ComScore調查，二 一 一年八月Facebook在使用時間上已超越Google，報告指出總停留時間為四千一百一十萬分鐘，如果網路是另一個世界，那Facebook無疑就是最大的國家，讓全世界的人瘋狂駐足。

經營網路事業的你，不妨幻想一下，如果你的網站能夠讓網友使用那麼長的時間，還有什麼商品賣不掉？

另外，我想大家也都發現，坐捷運看書、聽音樂的人越來越少，增加很多使用手指頭在手機螢幕上滑過來滑過去的乘客，他們在幹什麼？

玩遊戲、上網查餐廳在哪裡、發會議記錄給主管、到Facebook看有什麼新鮮事，甚至上購物網站買張沙發。

我們正面對當時桌上型電腦全面網路化的下一個數位革命。

如果早先如烏龜般的網路撥接速度，與嚇人的連線成本可以在短短數年間獲得改善，那手機上網，也遲早可以達到飛快的連線速度，還有人人可接受的低價連線費用。

## <<輕鬆打造網路印鈔機>>

我相信不需多久，低價的智慧型手機（Smart Phone）與更經濟實惠的上網吃到飽方案將會推出。

再幻想一下，如果搭乘高鐵、捷運的乘客可以邊通車邊查看你的網站，行人可以在靠近你店裡的五百公尺內接收電子折價券，那我們的行銷空間與時間，是不是變大了很多？

雖然參與這股風潮不見得會有龐大的獲利，但如果置身事外，肯定會錯失良機。

社群行銷與行動行銷的範圍極為廣泛，社群行銷部份我將以近年來非常熱門的Facebook為代表，而行動行銷部份則以手機上網為基礎，談論我們如何運用智慧型手機來創造商機，讓讀者可以在未來發展行銷策略時，能多些前瞻性的建議。

曾經有記者朋友問我：截至目前為止，你認為成功的關鍵是什麼？

這問題真的非常難回答。

因為在行銷學中所談到的4P：產品（Product）、價格（Price）、推廣（Promotion）、通路（Place），沒有那一個最重要，也沒有那一個最不重要。

每個環節都是緊密相扣，沒有誰敢說「絕對」是某個部分的功勞。

大公司的做法會將部門切分出來，垂直且深入的運作每一個領域，再由經理人與高階主管依照目標做指揮。

我觀察身邊的創業者，大多不能成功經營事業的主要原因之一，就是以公司員工的心態在運作事業，也就是說沒有心理準備做個「指揮者」。

以往在公司上班，統籌的工作不會落在自己身上，只要把負責的專業做到淋漓盡致，其他的事就不是自己的問題了。

所以行銷人員常會認為只要行銷策略夠好，執行夠完善，事業自然會獲利，殊不知他們的成功是建立在既有的經營模式、優良的產品與品牌知名度上。

依我過去的經驗，好的事業概念與產品（我稱它為Big Idea）就佔了事業是否能成功的關鍵因素達百分之五十以上。

如果我們不能給顧客一個自己都很驕傲的產品，即便給你幾千萬的行銷預算做廣告，事業還是有可能慘遭淘汰。

本書給予讀者一些不需要太深入，也不需要太專業的網路行銷方法，主要的目的也是希望讀者能多一些時間放在產品面、經營面上。

還記得當時我總是在抱怨：我那麼喜歡做行銷，卻只有兩成的時間能做，其他八成的時間都花在：產品開發、產品改良、客戶服務、金物流控管、通路開發等非行銷事務上。

但事後回想如果我沒那麼做，就只聚焦在行銷上，我相信今天不會有那麼多產品愛好者。

如果沒有受過正式行銷訓練的我可以，相信你也可以運用本書的方法，達到理想的業績目標。



## <<輕鬆打造網路印鈔機>>

### 編輯推薦

你是菜鳥創業家嗎？

正在煩惱沒有大量資金嗎？

最慘的是你沒有任何的網路行銷經驗，卻得在短時間內達到理想收益。

本書將提供你24個實戰秘技，快速解決你的問題，讓你在低成本網路行銷下，輕鬆創造高營收，你將發現原來網路行銷很簡單！

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>