

《赢在网络营销》

图书基本信息

书名：《赢在网络营销》

13位ISBN编号：9787802553194

10位ISBN编号：7802553199

出版时间：2010-1

出版社：吴长坤 企业管理出版社 (2010-01出版)

作者：吴长坤

页数：249

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu111.com

《赢在网络营销》

前言

当今社会是一个“虚拟扩张的时代”，网络经济优越的环境让人们发现我们已经悄悄步入了网络营销时代。在网络经济面前，不论你是大型企业，还是简单的创业者，都站在同一条起跑线上，都将面对同样的网络规则，同样地去寻找或创造商机，并发展壮大。网络营销是一个新生事物，是伴随互联网的迅猛发展而出现的一种新型的营销方式。互联网改变了世界，也改变了企业的营销环境！当企业的营销环境改变时，营销方式的变革也势在必行！一些企业的先知先觉者，将目光由传统媒体转向网络媒体时，他们敏锐地发现了互联网的巨大魅力和蕴涵的无限商机。网络营销也就应运而生，并成为他们的掘金利器。本书讲述了互联网营销给网络营销人员带来的革命性的发展机遇；阐述了如何运用搜索引擎营销，电子邮件营销，博客营销，电子杂志营销，软文营销，网络危机公关营销，整合营销等这些网络营销中最核心、应用最广泛的网络营销方式；并帮助读者制定出自己的互联网营销计划，一步一步地构建自己的商业版图并走向成功；帮助读者顺利开展电子商务，经营自己的企业；最后通过典型的案例来带给读者感性的认识，更切实地理解如何赢在网络营销，成为一位成功的网商。我们知道脑白金畅销11年，2001年被消费者首选为“大众放心保健食品”。2007年中国消费品市场重点调查报告显示：脑白金在2007年度保健品市场中继续稳坐销量冠军的位置，所占份额为6.17%，累积销售突破了100亿元大关。是什么造就了脑白金如此惊人的销量，打造了保健食品业的营销神话呢？通过认真分析会发现，脑白金之所以这么畅销，确实因为藏有“白金”——软文营销。回忆当时脑白金在市场推广初期，其富感染力的软文宣传功不可没，它才是脑白金市场导入阶段最主要的营销手段。

《赢在网络营销》

内容概要

《赢在网络营销》内容简介：新理论打破传统桎梏，高点击率迅速打开经营局面，“无形之手”聚敛网络人气，360度成就营销新通口路。软文营销。零成本创造客户价值；病毒式营销。视频成就营销新通路；博客营销，“搏”出无限商机；论坛营销，凸显新经济营销“蓝海”。优化营销策略，成就网络营销新天地。

书籍目录

第一章 虚拟世界中的商机——网络营销1.1 网络为营销打开一片蓝海 / 21.2 网络营销经典价值创造方式 / 81.3 网络营销常用价值增值操作手法 / 111.4 成功案例：戴尔告诉你，赢在网络营销 / 141.5 成功案例：雪花啤酒牵手网络勇闯天涯 / 23

第二章 让顾客进入你的“思维圈”——软文营销2.1 软成新文灼人眼球——软文营销 / 282.2 开展软文营销，激发潜在消费者 / 342.3 网络软文撰写处处暗藏玄机——软文营销写手精要 / 372.4 软文也好“色”——软文营销的实际执行策略与细节。 / 422.5 成功案例：恶俗广告脑白金的营销战略 / 45

第三章 以最高的性价比产生商业价值——搜索引擎营销SEM3.1 让网民主动为你“搜”出营销价值——搜索引擎营销 / 483.2 用竞价排名凸显营销卖点——搜索引擎竞价排名 / 523.3 让更多的客户找到你——搜索引擎优化 / 573.4 成功案例：竞价排名激发广锋商贸潜在客户 / 613.5 成功案例：百度携手耐克合力创新搜索营销 / 633.6 成功案例：搜索引擎让网络营销者如鱼得水 / 65

第四章 “营销杠杆”的神奇应用——病毒营销4.1 用病毒式传播打天下——病毒式营销 / 704.2 如何用“病毒”和客户传播未来 / 764.3 病毒式营销成功实施的战略要点 / 804.4 成功案例：多芬让“病毒”的诱惑自发传递 / 834.5 成功案例：万名消费者当主编，“毒”瘾难戒 / 874.6 成功案例：让人饥饿的苹果病毒 / 89

第五章 “颠覆”电视地位的互动营销——视频营销5.1 互联网视频成就营销新通路 / 925.2 视频营销面面观，用好了都是利器 / 975.3 成功案例：网络视频营销，怎样吸引眼球？ / 1065.4 成功案例：用有趣创造有效的传播，赢得顾客青睐 / 1115.5 成功案例：诺基亚试水网络营销，优酷网上搞演唱会 / 114

第六章 情感联络带来“商业联络”——电子邮件营销6.1 零成本创造客户价值——电子邮件营销 / 1186.2 传递价值信息，开展Email营销 / 1226.3 如何提高邮件点击率，降低退信率 / 1276.4 细节决定成败，做Email营销赢家 / 1326.5 成功案例：情感联络带来商机不断 / 136

第七章 帮你“博”来无限商机——博客营销7.1 博客“搏”来无限商机——博客营销 / 1407.2 企业如何利用博客营销做大做强 / 1457.3 成功案例：博客营销为小葡萄酒厂 Stormhoek 带来奇迹 / 1497.4 成功案例：世界500强的博客营销术让企业名利双收 / 1527.5 成功案例：联想利用博客开展口碑营销 / 1567.6 成功案例：太太乐利用博客圈提升美誉度 / 158

第八章 让你轻松成为“商业焦点”——论坛营销8.1 论坛营销为商业带来神奇效应 / 1648.2 玩转论坛营销成为商业焦点 / 1698.3 成功案例：三星利用论坛赢得好口碑 / 1758.4 成功案例：论坛营销使宝洁成为信息巨头 / 177

第九章 巧用危机“双刃剑”，成为商界真勇士——网络危机公关营销9.1 网络营销的达摩克利斯之剑——网络危机公关营销 / 1809.2 转“危”为“安”与化“危”为“机” / 1849.3 网络时代危机公关的成与败 / 1889.4 成功案例：百事可乐成功度过“注射器骗局事件”危机公关 / 191

第十章 精准营销之“利器”——电子杂志营销10.1 企业营销之新贵——电子杂志营销 / 19610.2 如何进行电子杂志营销 / 20310.3 成功案例：电子杂志为威尔森博士带来火红事业 / 21010.4 成功案例：电子杂志成为网络营销新兴传播媒介 / 21310.5 成功案例：三十度用电子杂志营销李宁“一起运动” / 215

第十一章 网络营销的“葵花宝典”——网络整合营销11.1 实现360度网络覆盖的营销——网络整合营销 / 21811.2 如何进行网络整合营销 / 22211.3 成功案例：“超级女声”让蒙牛财源广进 / 22511.4 成功案例：酷儿整合营销创造营销奇迹 / 227

第十二章 全面提升企业的网络营销能力——细节一定决定成败12.1 网络营销不要在细微之处掉链子 / 23212.2 选择正确的方向和方式，“精耕细作”实现有效销售 / 23712.3 网络营销礼仪不可小视 / 24112.4 成功案例：精准营销，谁会在乎它的存在？ / 24412.5 成功案例：史玉柱的网络“征途” / 246

章节摘录

插图：互联网上的促销是一对一的、理性的、消费者主导的、非强迫性的、循序渐进式的，而且是一种低成本与人性化的促销，避免了推销员强势推销的干扰，并通过信息提供与交互式交谈，与消费者建立长期良好的关系。（5）成长性——巨大潜力的市场。互联网使用者数量快速成长并遍及全球，使用者多属年轻、中产阶级、高教育水准群体，由于这部分群体购买力强而且具有很强市场影响力，因此是一项极具开发潜力的市场渠道。（6）整合性——全程的营销渠道。互联网上的营销可由商品信息至收款、售后服务一气呵成，因此也是一种全程的营销渠道。另一方面，企业可以借助互联网将不同的传播营销活动进行统一设计规划和协调实施，以统一的传播资讯向消费者传达信息，避免不同传播中不一致性产生的消极影响。（7）超前性——营销的未来趋势。互联网是一种功能最强大的营销工具，它同时兼具渠道、促销、电子交易、互动顾客服务以及市场信息分析与提供的多种功能。它所具备的一对一营销能力，正是符合定制营销与直复营销的未来趋势。（8）高效性——及时满足顾客的需求。计算机可储存大量的信息，代消费者查询，可传送的信息数量与精确度远超过其他媒体，并能因应市场需求及时更新产品或调整价格，因此能及时有效了解并满足顾客的需求。（9）经济性——大大节省交易成本。通过互联网进行信息交换，代替以前的实物交换，一方面可以减少印刷与邮递成本，可以无店面销售，免交租金，节约水电与人工成本，另一方面可以减少由于迂回多次交换带来的损耗。（10）技术性——技术就是未来。网络营销是建立在高技术作为支撑的互联网的基础上的，企业实施网络营销必须有一定的技术投入和技术支持，改变传统的组织形态，提升信息管理部门的功能，引进懂营销与计算机技术的复合型人才，未来才能具备市场的竞争优势。

如果错过互联网，与你擦肩而过的不仅是机会，而是整整一个时代。

——8848王峻涛

《赢在网络营销》

编辑推荐

《赢在网络营销》：网商出奇制胜的营销指南撬动全球关注的博弈利器百万网商创新创业的经典样本跻身于未来商业新世界的实践指南案例贯穿始终，透析网络营销理论赢在网络营销，铸造一代优秀网商互联网上，竞争对手离你只有一个鼠标点击的距离。网络营销，实现360度网络覆盖，全面提升网络营销能力。创造虚拟世界的奇迹。

《赢在网络营销》

精彩短评

- 1、说实话，第一次拿到这本书是因为封面上王峻涛的一句话，翻开一看书写的也很好，就读了，中国人写的书看的很多，但是这本算是案例和知识兼顾的很好的一本，企管出版一般都挺好的。
- 2、千篇一律，基础知识居多，讲的不够深入。现在的网络营销书籍，都在互相的抄来抄去。可不可以深入的探究一个问题，把它写得很深入，研究的很透彻？我看过o'reilly出的书，比如“landingpage权威指南”等等书，人家对技术和实现描述的很清楚，很细节。而国内这些写网络营销的书，前篇一律。可以说，如果你买了网络营销实战密码这一本，你可以不再去买这些乱七八糟的书了，那里面改罗列的都罗列了，大而全。你们什么时候能够深入的研究电子商务，真正的写一本好书啊，如果真的要电子商务方面写出好书，建议你们先学会数据分析。现在都是抄来抄去，东拿一点，西拿一点，如果是这样，8年前我都可以写出比你们更好的书！

《赢在网络营销》

精彩书评

1、以前长期的网络生涯对商家的网络营销也耳濡目染了，但是读此书之后让人感觉豁然开朗了，此书详尽的介绍了各种互联网营销的形式和各种营销方案的利弊，中间穿插很多近期热门的网络营销、公关事件，这些事件经过作者的剖析，让人更透彻的了解到此案例的营销过程和方法，让这本书不再枯燥。从书中还可以看出作者对网络营销的理解以及实际营销经验很丰富，熟读起来没有拼凑的感觉，建议非市场营销专业想了解营销的都细度此书。

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:www.tushu111.com