

《《解密网络营销 倍增销售业绩》》俊

图书基本信息

书名：《《解密网络营销 倍增销售业绩》课程光盘》

13位ISBN编号：SH10009-251

10位ISBN编号：SH10009-251

作者：陈爱峰

页数：6

译者：陈爱峰

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

《《解密网络营销 倍增销售业绩》》俊

内容概要

《解密网络营销 倍增销售业绩》是陈爱锋老师深入分析乐语数万家企业客户案例的基础上，多年潜心研究的成果。

课程具有极强的实战指导意义，学完就能在工作当中应用，因此推出之后，立即受到众多企业家、营销负责人和创业者的热烈欢迎。

课程采用案例式教学，学习的过程中可以跟着老师的思路层层递进，逐步深入，丝毫不会觉得枯燥乏味。整个课件就像电影胶片一样动感很强，听课就好像看一部精彩的网络营销电影。

《解密网络营销 倍增销售业绩》主要包含六季的课程内容，每季课程之间有很强的逻辑关系，每季课程内部设计也非常严密：

第一季、如何进行网络营销整体策划

第二季、如何制作营销型网站

第三季、如何获得高品质流量

第四季、如何精细化管理流量

第五季、如何分析网络营销效果

第六季、如何诊断网络营销过程

你想拥有这套《解密网络营销 倍增销售业绩》课程光盘吗？<http://www.52net.com/r.php?r=5>这里有卖，可以在这里购买。

《《解密网络营销 倍增销售业绩》》俊

作者简介

现为乐语总裁，乐语在线客服系统的创始人，近十年网络营销从业经验，服务数十万企业客户，深刻了解中国企业网络营销的现状，对网络营销有独到的理解。

1. 国内著名网络营销实践专家、信息安全专家
2. “网络营销六步循环法”的创始人
3. 国内第一套智能网络营销工具乐语的设计者
4. 中国服务业科技创新奖特等奖获得者
5. 国内最大信息安全公司--天融信的创业元老、高级副总裁
6. 多友公司董事长兼总裁

书籍目录

怎样做好网络营销整体策划

1. 卖什么（产品定位）
 - （1）.如何做产品定位？
 - （2）.怎样提炼产品卖点？
 - （3）.怎样撰写详细的产品传播文案？
 - （4）.怎样找到嫁接产品与目标客户的“关键词”？
2. 怎么卖（盈利模式定位）
 - （1）.你的产品适合选择什么样的盈利模式？
 - （2）.你的产品适合采用什么样的营销方式？
 - （3）.针对你的产品应该采取何种营销策略
3. 卖给谁（目标客户定位）
 - （1）.怎样定位你的目标客户群体？
 - （2）.如何提炼出目标客户的特征？
 - （3）.研究目标客户在互联网上的分布规律？
 - （4）.目标客户搜索哪些“关键词”能找到你的产品？

怎样制作营销型网站

1. 什么是营销型网站
 - （1）.搜索引擎喜欢什么样的网站？
 - （2）.用户喜欢什么样的网站？
2. 怎样制作营销型网站
 - （1）.如何分析受众群体？
 - （2）.怎样准备网站素材？
 - （3）.如何设计网站结构？
 - （4）.如何设计分流页面？
 - （5）.如何设计成交页面？
 - （6）.如何组装你的网站？

怎样获得高品质的流量

1. 互联网流量的起源
 - （1）.互联网流量的定义
 - （2）.互联网流量从哪里来、到哪里去
 - （3）.互联网流量的流动规律
 - （4）.互联网流量的分布规律
2. 获得互联网流量的主要方法
 - （1）.怎样获得更多直接访问的流量
 - （2）.怎样花更少的钱从搜索引擎买到更多的关键词流量
 - （3）.怎样从搜索引擎获得更多自然排名流量

怎样精细化管理网站流量

- 1、客户在网站购买产品的心理与成交过程分析？
- 2、怎样实时监测网站客人的浏览情况？
- 3、怎样识别客人本次来访的目的与需求？
- 4、怎样选择最佳的营销时机发出合适的营销指令？
- 5、怎样快速拿到客人的联系方式和需求信息？
- 6、怎样跟进线索促成快速成单？

怎样分析网络营销效果

- 1、衡量网络营销效果的指标有哪些？
- 2、怎样理解乐语实时生成的网络营销漏斗图？
- 3、怎样快速找到营销效果不好的根本原因？

- 4、怎样提高对话点击率？
- 5、怎样提高接通率？
- 6、怎样提高挖掘率？
- 7、怎样提高成交率？

怎样诊断网络营销过程

- 1、怎样透彻分析乐语提供的网络营销原始数据？
- 2、哪些流量来了之后就走了，没有任何转化？问题在哪里？
- 3、哪些流量已经转化为主动点击量，但是没有转化为咨询量？
- 4、哪些流量已经转化为邀请量，但是没有转化为咨询量？
- 5、哪些流量已经转化为咨询量，但是没有转化为名片量？

如何构建你的网络营销运营系统（告诉你如何做）

人员配置与岗位要求

1. 咨询主管（要求与职责）
2. 在线咨询师（要求与职责）
3. 营销顾问（要求与职责）

组织形式与结构

1. 日访问量在500独立访客以下的网站如何配置人员（1+1+1模式）
2. 日访问量在500独立访客以上的网站如何配置人员（1+2+4模式）
3. 需要安排节假日值班的网站如何配置人员（1+3+4模式）

流程与话术设置

1. 咨询主管如何定义并抓好关键控制点
2. 咨询师与营销顾问如何配合效率最高

营销工具的选择与初始化

1. 用400电话替换网站的公司总机号码帮你获得更多来电
2. 选择一款来电管理工具帮你记录所有来电并且对来电进行录音
3. 选择乐语智能网络营销工具帮你精细化管理与转化流量
 - （1）.设计你自己的乐语探头帮你获得更好的企业形象和更多的主动点击
 - （2）.在哪些地方部署乐语探头可以获得更多的主动点击？（网站页面、邮件模板、博客、广告页面、应用系统）
 - （3）.怎样在一个页面里面部署多个探头获得更多的主动点击
 - （4）.为咨询师统一设置标准的自动回复语和常用语
 - （5）.为咨询师配置相应的业务知识库帮助咨询师提高工作效率和准确性
 - （6）.设定你要的客人名片字段为咨询师指明沟通方向
 - （7）.设定咨询师与营销顾问内部沟通与协作的流程
 - （8）.在你的关键页面里面增加乐语探头并采集客人填写的表单信息
 - （9）.咨询主管如何实时监控并干预咨询师的对话过程
 - （10）.选择一款CRM工具帮你对网站拿到的线索进行精细化的管理
 - （11）.选择一款智能竞价工具帮你自动优化和调整推广账户

绩效考核体系的制定

- 1、咨询部奖金池的设定原则
- 2、咨询师岗位奖金池的设定原则
- 3、营销顾问奖金池的设定原则
- 4、咨询师的KPI考核指标与奖金核算
- 5、营销顾问的KPI考核指标与奖金核算

《《解密网络营销 倍增销售业绩》俊

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