

<<网络营销>>

图书基本信息

书名：<<网络营销>>

13位ISBN编号：9787121062834

10位ISBN编号：7121062836

出版时间：2008-5

出版时间：电子工业出版社

作者：周宁,李鹏

页数：314

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>

<<网络营销>>

内容概要

分为5篇15章，讲述了互联网发展给传统行业、网商和创业者都带来了革命性的发展机遇；阐述了搜索引擎营销（SEM）这一网络营销中最核心、应用最广泛的网络营销方式；并帮助你制定你自己的互联网商业计划，让你一步一步地构建自己的商业版图走向成功；帮助你顺利开展电子商务，经营自己的企业；最后通过两个典型的案例来带给读者感性的认识，让读者更切实地理解网络营销和电子商务，成为一位成功的网商。

作者简介

周宁，英文名Neil Zhou，性格乐天，爱好交友、演讲，成功运营过多个电子商务网站，积累了丰富的B2B/B2C行业运营和管理经验。

其市场涵盖欧美、日韩和中国地区，行业涉及软件、IT培训、艺术品、珠宝、眼镜和保健品等多个行业。

现为南京科泰信息科技有限公司总经理。

周宁作为网络营销、电子商务和商业投资方面很有影响力的专家和演讲者，经常组织召开或参与顶尖的网络营销和电子商务峰会，欢迎听众和读者分享自己的经验。

<<网络营销>>

书籍目录

第1篇 互联网营销革命第1章 互联网市场营销概述1.1 网络给营销打开一片蓝海1.1.1 人类正进入信息社会1.1.2 什么是网络营销1.1.3 网络营销的阶段1.1.4 网络营销的力量1.2 让网络营销助你制胜1.2.1 商业壁垒的瓦解1.2.2 同一条起跑线上第2章 互联网市场的长尾理论2.1 长尾市场已经成熟2.1.1 需求与供给的极大丰富2.1.2 制造成本和发行成本2.2 不要在长尾里迷失2.2.1 缤纷的市场瞬息的变化2.2.2 不要在长尾里迷失2.3 找到你的指南针2.3.1 商家与客户之间的距离2.3.2 通过网络构建最短路径第3章 网络营销面面观3.1 搜索引擎的影响力3.1.1 搜索引擎风云录3.1.2 割据的搜索市场3.2 搜索引擎与网络营销3.2.1 搜索与营销的组合SEM3.2.2 搜索引擎广告3.3 网络营销的各种方式3.3.1 网络广告的分类3.3.2 其他的网络营销方法第2篇 搜索引擎营销第4章 SEO为什么成为网站的基础4.1 打破SEO神话4.1.1 SEO并不神秘4.1.2 SEO是专业的技术服务4.1.3 SEO的非法黑帽做法4.2 为什么SEO是必需的4.2.1 SEO遵循网民浏览的习惯4.2.2 普及SEO是大势所趋4.2.3 SEO提高网站竞争力4.3 SEO的工作内容4.3.1 SEO的内部工作4.3.2 SEO的外部工作4.3.3 SEO与网站更新4.3.4 页面内容撰写的基本原则4.4 SEO技术概述4.4.1 SEO与网站设计4.4.2 SEO与网页制作4.4.3 SEO要求下的代码标准第5章 更上一层楼的SEM第6章 如何让搜索引擎营销成功进行第3篇 互联网商业计划第7章 怎么找到赢利商机第8章 网络营销策划第9章 建立电子商务网站第10章 怎样做网站运营第4篇 决胜电子商务第11章 网上交易电子商务第12章 电子支付, 信用安全第13章 电子商务的物流第五篇 案例与思考第14章 网络营销案例第15章 对读者的建议

章节摘录

第2章 互联网市场的长尾理论 2.2 不要在长尾里迷失 2.2.1 缤纷的市场瞬息的变化 市场细分直接导致了大众消费市场的逐渐萎缩。

自从出现了有线电视和日益增加的专业杂志，厂商们就一直在商讨如何对市场进一步细分。这种快速的发展趋势要求厂商迅速作出回应，面对很小的目标市场生产产品，设计个性化的沟通方式。

从相反的方面看，这些丰富的细分市场也让众多的新兴商业建立起来。

传统行业在分化改造；非传统行业，如网络服务中介、网络商店等承担了许多分销渠道的工作；新兴行业也纷纷涌现，如网络游戏、网络服务提供商等。

目前只是变化的过程，还远远没有到达终点。

互联网将会将这种趋势发挥到极致，那就是一个客户一个市场。

大规模产品定制早已出现，正在逐渐走入我们生活的方方面面。

大规模定制是细分市场发展到极致的必然结果。

大规模定制的核心是产品品种的多样化和定制化急剧增加，而不用相应增加成本，它实现了企业在细分市场中的战略优势和经济价值。

大规模定制生产方式融合了诸如时间的竞争、精益生产和微观销售等管理思想的精华，其方法模式将现代管理、制造技术与网络信息、网络营销等技术平台进行融合，因而就有超过以往生产模式的优势，更能适应网络经济的竞争局面。

2000年前的互联网商业就像一股淘金热，互联网的概念让人们追捧着那些上市的网络企业的股票。

但是那个时候的网络公司几乎都是亏损经营。

从2000年初到2002年，仅美国就有500家网络企业倒闭，当互联网的严冬过后，人们惊奇地发现，2003年第四季度熬过困境的上市网络企业中有60%实现了赢利。

不仅如此，人们也很快发现互联网技术已经从根本上改变了许多行业的结构。

网络企业经历过了前期的波动阶段，如今已经踏上了平稳的赢利期。

网络经济良性的快速增长，以及同时带动的市场格局的快速变化。

从此，又一次商业大洗牌的时代来临了。

<<网络营销>>

编辑推荐

网络营销和电子商务的实际运营经验和智慧的总结，适合目前正奋战在网络市场第一线的网商；国内的企业家、企业营销总监、企业销售经理、企业企划总监、国际贸易人士等；网站运营商、网络营销专业人士、网络技术专业人士、网上交易操作者、电子商务操作者和网站站主，以及梦想通过互联网创业成功的年轻人和知识型猎奇白领，同时也适合大学教师，营销、管理和商务等专业的本科生和研究生作为电子商务专业的教科书或教学参考书。

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:<http://www.tushu007.com>