

<<榨干百度谷歌>>

图书基本信息

书名：<<榨干百度谷歌>>

13位ISBN编号：9787121120831

10位ISBN编号：7121120836

出版时间：2011-1

出版时间：电子工业出版社

作者：张志

页数：240

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>

<<榨干百度谷歌>>

前言

“好看、好懂、好用”，希望这本书你能给出这样的评语。

成书背景 这是一个开口谷歌，闭口百度的时代；这是一个人人都想和搜索框后世界对话的时代；这是一个价值多元、个性张扬的长尾时代；这可能是太多人都想把幸福建立在比别人更有钱的基础之上的时代。

本书内容 这不是一本介绍伟大的谷歌或者百度的书；这不是一本讨论新媒体或搜索后时代的书；这不是一本介绍最流行网络商业模式的书；这只是一本教你用好搜索引擎赚钱或省钱的实战书。

适合读者 你已经投了百度或者谷歌搜索引擎广告？

你正计划投百度或者谷歌搜索引擎广告？

你确定自己对搜索引擎广告投放有兴趣？

我只关心这本书能否帮你不浪费每一次搜索广告点击。

内容概要

本书作者将其丰富的实战经验融汇在这书中，结合大量国内不同行业实际应用案例，生动地告诉读者，怎样正确地利用搜索引擎，以很小的投资获得巨大的回报。并且深入浅出地介绍了企业开展搜索营销的关键点，包括如何提炼并组合关键词、如何撰写简洁明了的广告文本，以及运用竞价排名都需要注意些什么等内容。

本书贴近企业营销需求，通俗易懂，适合各个行业负责搜索引擎网络营销推广的负责人和技术人员阅读。

作者简介

张志，现任职武汉工程大学机电学院讲师，资深网络营销整合传播专家，从事多年搜索营销顾问服务工作。

<<榨干百度谷歌>>

书籍目录

赶赴一场搜索的盛宴

- 1.搜索：企业竞争的新能力
- 2.跨界：搜索并不唯一
- 3.换位：当大家都是小众
- 4.实战：别与搜索引擎为敌

第一章 玩转搜索，从关键词开始

- 1.什么是关键词
- 2.如何挖掘关键词
- 3.别人都在用什么关键词
- 4.挖掘长尾关键词的三种方法
- 5.越长的关键词越精准
- 6.会分身术的关键词
- 7.关键词是需要组合的
- 8.灵感来自风云榜
- 9.围绕关键词开始营销
- 10.分类——管理关键词的窍门

第二章 别告诉我你懂搜索引擎

- 1.无处不在的搜索引擎
- 2.免费排名好，还是付费排名好
- 3.免费的排名最贵
- 4.如何选择一家专业的SEO团队
- 5.如何让别人搜到你
- 6.什么叫竞价排名
- 7.为什么大家都爱搜索竞价
- 8.选百度推广，还是选谷歌竞价
- 9.百度为什么那么贵
- 10.用活非主流搜索引擎
- 11.读图时代下的搜索引擎
- 12.人脉搜索，未来搜索引擎的方向

第三章 投放搜索引擎的营销策略

- 1.“哥排的不是名，是钱”
- 2.为什么你要抢第一
- 3.不是什么词你都可以投
- 4.你猜你的广告会显示在哪里
- 5.有钱你可以这样投搜索引擎
- 6.要流量，还是要精准流量
- 7.别太依赖智能匹配
- 8.排除疑似关键词
- 9.怎样的关键词广告会排在前面
- 10.广告联盟到底有多有效
- 11.品牌关键词也要投广告吗
- 12.只选对的，不选贵的
- 13.双头鱼竞价策略
- 14.别忘了，竞价一直是动态模式
- 15.逆向思维用智能匹配

<<榨干百度谷歌>>

- 16.创意的飘红
- 17.为关键词多写几组广告语
- 18.来点真正的创意广告语
- 19.精准，让搜索体验更美好
- 20.一定要从八点开始投广告吗
- 21.这些地区我不投
- 22.搜索引擎真的没搞鬼
- 23.有多少搜索流量是被浪费的
- 24.干掉恶意点击
- 25.搜索广告没效果怎么办

第四章 建立系统的搜索营销管理体系

- 1.别把手段当目标
- 2.别指望立即出奇迹
- 3.没有好门面，别去做广告
- 4.捡了芝麻丢了西瓜
- 5.无处不在的漏斗效应
- 6.体系比创意更重要
- 7.网站流量怎么突然下滑了
- 8.学会读出数据背后的真相
- 9.和你的市场促销活动结合
- 10.找对适合网络的人
- 11.别忘了谁都有学习曲线

第五章 进入互动时代的搜索营销

- 1.要堂堂正正做营销
- 2.网络营销进入比富时代
- 3.比烧钱，更要比搜商
- 4.整合分众营销的智慧
- 5.请坚持试错式营销
- 6.制造滚雪球效应
- 7.搜，只是一个开始
- 8.引爆分享的链条
- 9.建立互动的五条建议

后记

<<榨干百度谷歌>>

章节摘录

插图：世界正在被搜索引擎改变，假如你了解搜索引擎给网民带来的变化，你一定能看到不一样的机遇。

我写这本书的初衷就是希望告诉各位关注变化的朋友如何去了解搜索引擎。

其实很多人写了关于搜索引擎推广的书，我觉得有两个共性的问题：第一是太技术流，第二还是太技术流。

基本上要能看懂包含“搜索引擎营销”关键词的书的人，他应该“翻得过高墙”、写得出网页、编得了程序、造得好软文，这些都是必须的。

可我想很多读者不想“爬山”，就想“上路”。

所以这本书是从业务的角度展开，用大家听得懂的话去讲，告诉企业投放搜索引擎广告哪些可以做哪些不可以做，以及结合你的业务考虑可以怎样做。

假如你遇到纯技术操作层面的问题，我建议你不妨先“百度一下”，也许“你就知道”了。

顺便说一句，这本书之所以大量利用百度作为案例来说明，理由很简单，在中国，百度占据了搜索流量的70%以上。

考虑谷歌的“自残”，我相信一段时间内百度的市场份额还将持续上升。

但本书90%思维适用于其他搜索引擎广告投放。

我知道不少人不喜欢搜索引擎，甚至选择与搜索引擎为敌。

与搜索引擎为敌的方法有很多，除了发帖谩骂之外，还有一个工作叫搜索引擎优化（Search Engine Optimization，简称SEO）。

SEO的工作价值本来应该是：让网站页面便于搜索引擎抓取；获取好的搜索引擎关键词排名；提升网站访问者在线访问体验。

在我看来，大部分SEOer却过度关注通过技术而非提供原创内容的方式影响百度（也包括谷歌等其他搜索引擎）的搜索结果，这些SEOer们除了让大量既不原创又不精彩的内容排名搜索引擎前列，并以此为荣，还能干点什么？

假如你只是一个C2C型的内容发布者（Copy to Copy），迟早有一天，你写的东西会被搜索者和搜索引擎一起惩罚。

所以我不得不提醒大家：任何时候我们都期待一家比百度、谷歌更好的搜索引擎出现，而现实目标是让搜索引擎（在中国很可能就是百度）成为你的商业助手，甚至是朋友。

后记

最后，我想说，假如这本书，能写出一点让你觉得有意思，能让你思考的内容，那么还犹豫什么，赶紧在你的搜索引擎营销工作中去试一试吧！

<<榨干百度谷歌>>

媒体关注与评论

2008年3月份开始张志老师作为我们的网络搜索营销顾问，帮助我们利用搜索引擎关键词广告抓住80后父母，结合互动营销，在一年时间内使龙牡儿童网站访问量从每日不足200人上升到每日超过20000人，提问用户每天超过300人，为企业打开了新的市场推广渠道，覆盖了电视广告无法覆盖的人群！

——武汉健民药业集团总裁助理兼CIO 柳骏2009年以来，张志老师作为我公司的网络营销顾问，帮助我们进行网络投放策略调整，特别是进行关键词搜索投放优化后，使我们企业的百度和谷歌竞价排名广告费用节约了三分之二，并且广告效果大幅提升！

——武汉法利莱切割系统工程有限责任公司市场总监 朱村金张志老师帮助弘博教育策划视频搜索，在百度传统搜索渠道外，扩展了新的品牌宣传渠道，在短短三个月内为企业网站带来500万次点击，投入费用是搜索广告的十分之一。

——弘博软件教育企划部副部长 陈昌荣张志老师指导我们用否定关键词组合策略投放百度搜索引擎广告后，大大减少了广告误点击，使广告费用下降、效果提升，很好！

——风奥文件加密软件公司总经理 张文华

<<榨干百度谷歌>>

编辑推荐

《榨干百度谷歌:搜索引擎广告大赢家》：用活搜索广告，领先对手一步。
魏武挥，月光，鬼脚七，胡宝介，苏杰，西门柳上，醒客，冯立忠联名推荐。

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>