

<<百度联盟实战>>

图书基本信息

书名：<<百度联盟实战>>

13位ISBN编号：9787121156793

10位ISBN编号：7121156792

出版时间：2012-3

出版时间：电子工业出版社

作者：藏锋者，崔旭，郝永清 编著

页数：388

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>

<<百度联盟实战>>

内容概要

《百度联盟实战：网站广告赚钱揭秘》全面介绍了百度联盟的相关知识，全书共分为两篇16章，上篇主要介绍百度联盟与广告优化基础知识，主要内容包括：初识百度联盟与百度推广，七大百度联盟创收产品概览，申请百度联盟的基础条件，熟悉百度联盟合作规范，百度联盟申请、审核和广告部署实例，百度联盟后台功能介绍，百度联盟官方优化专家和广告管家的使用，百度联盟官方资源汇总；下篇主要介绍百度联盟广告优化案例分析与实战指导，主要内容包括：以百度联盟创收为目的的网站主题优化，广告位置优化，广告尺寸优化，广告类型优化，广告颜色优化，广告数量优化，广告优化效果评估。

本书选择有针对性、有普遍意义的案例进行分析，力争让读者从中获得适合自己网站的广告优化方法，从而提升广告收益。

《百度联盟实战：网站广告赚钱揭秘》是一本基础到深入的书籍，几乎所有想学习百度联盟的相关知识、希望利用百度联盟获得收益的读者均可阅读。

<<百度联盟实战>>

书籍目录

上篇：百度联盟与广告优化基础知识

第1章 初识百度联盟与百度推广

1.1 百度联盟简介

1.1.1 什么是百度联盟

1.1.2 百度联盟与其他联盟有什么不同

1.1.3 百度联盟的成长历程

1.2 百度推广简介

1.2.1 什么是百度推广

1.2.2 百度推广十大优势

1.3 百度联盟与百度推广的关系

1.3.1 百度联盟广告来源于百度推广

1.3.2 百度推广的所有广告并不全部放在百度联盟中展现

1.3.3 百度联盟的分成比例

第2章 七大百度联盟创收产品概览

2.1 网盟推广合作业务

2.1.1 什么是百度网盟推广

2.1.2 网盟推广的优势

2.1.3 网盟推广业务的基础流程

2.1.4 网盟推广的分成比例

2.1.5 网盟推广和竞价排名的区别

2.2 搜索推广合作业务

2.2.1 什么是搜索推广合作业务

2.2.2 加入搜索推广合作的好处

2.2.3 适合申请搜索推广合作业务的网站类型

2.2.4 搜索推广合作业务的分成比例

2.3 新业务合作业务

2.3.1 什么是新业务合作业务

2.3.2 新业务合作的分成方式

2.3.3 新业务合作详细产品

2.4 工具栏合作业务

2.4.1 什么是工具栏合作

2.4.2 工具栏合作的流程

2.4.3 工具栏合作的分成比例

2.5 网吧合作业务

2.5.1 网吧可以选择的百度联盟合作方式

2.5.2 网吧合作的申请和咨询

2.6 百度应用平台合作业务

2.6.1 百度应用平台合作介绍

2.6.2 申请应用平台业务合作

2.6.3 收益报告阅读

2.7 团购合作业务

2.7.1 什么是团购合作

2.7.2 团购合作业务的展现方式

第3章 申请百度联盟的基础条件

3.1 了解百度联盟的基础操作流程

<<百度联盟实战>>

- 3.1.1 填写注册信息
- 3.1.2 获得广告代码并部署
- 3.1.3 查看收益报告
- 3.2 申请加入百度联盟需要的条件和基本资格
 - 3.2.1 基本申请资格
 - 3.2.2 网盟推广的申请条件
 - 3.2.3 搜索推广的申请条件
 - 3.2.4 工具栏合作的申请条件
 - 3.2.5 新业务合作的申请条件
- 3.3 百度联盟的审核周期与处理结果查看
- 3.4 通不过百度联盟申请的常见原因
 - 3.4.1 没有备案
 - 3.4.2 内容有待提高
 - 3.4.3 网站未建设完善
 - 3.4.4 网站不公开，需要账户密码才能看到信息
 - 3.4.5 重复申请

第4章 熟悉百度联盟合作规范

- 4.1 百度联盟合作规范总则
 - 4.1.1 禁止自己点击：恶意与误点
 - 4.1.2 禁止鼓励点击：奖励和要求
 - 4.1.3 禁止诱导点击：引导用户点击
 - 4.1.4 禁止强制点击：资源交换和恶意弹出
 - 4.1.5 禁止程序点击：模拟点击与互点
 - 4.1.6 推广方式违规：强制首页与病毒劫持
- 4.2 网盟推广的合作规范
 - 4.2.1 禁止预设与堆砌关键词
 - 4.2.2 禁止修改推广内容
 - 4.2.3 投放页面违规
 - 4.2.4 禁止诱导点击
 - 4.2.5 投放数量违规
 - 4.2.6 iframe调用违规
- 4.3 搜索推广的合作规范
 - 4.3.1 禁止预设关键词
 - 4.3.2 禁止修改搜索结果页
 - 4.3.3 投放页面违规
 - 4.3.4 禁止诱导点击
 - 4.3.5 投放数量违规
 - 4.3.6 禁止流量劫持
 - 4.3.7 百度软件捆绑使用违规
- 4.4 新业务合作的规范
 - 4.4.1 投放页面违规
 - 4.4.2 用户诱导
 - 4.4.3 投放数量违规
 - 4.4.4 禁止自我引导
- 4.5 违反合作规范的惩罚
 - 4.5.1 扣减信誉指数
 - 4.5.2 扣减累计积分

<<百度联盟实战>>

- 4.5.3扣减分成
- 4.5.4封禁违规业务
- 4.5.5关闭分账权限和限制注册信息
- 4.5.6曝光违规案例

第5章 百度联盟申请、审核和广告部署实例

- 5.1百度联盟申请实例
 - 5.1.1业务信息填写注意事项
 - 5.1.2提交个人账户信息
 - 5.1.3财务信息提交要点
- 5.2获取百度联盟广告代码
 - 5.2.1通过审核
 - 5.2.2登录联盟后台
 - 5.2.3选择业务类别
 - 5.2.4定义广告属性
 - 5.2.5获得广告代码
- 5.3在网站上部署百度联盟广告
 - 5.3.1广告位规划
 - 5.3.2广告代码放置
 - 5.3.3确定广告部署成功

第6章 百度联盟后台功能介绍

- 6.1账户首页
 - 6.1.1便捷报告
 - 6.1.2大联盟认证
 - 6.1.3信誉等级
 - 6.1.4积分系统
 - 6.1.5课程学习
 - 6.1.6消息系统
- 6.2效果报告的阅读和定制
 - 6.2.1按日期定制报告
 - 6.2.2按域名定制报告
 - 6.2.3按代码位定制报告
 - 6.2.4自定义高级报告模板
 - 6.2.5用邮件接收自定义报告
- 6.3“获取代码”标签功能实现实例
 - 6.3.1选择业务类别
 - 6.3.2选择产品
 - 6.3.3选择样式
 - 6.3.4获取代码
- 6.4代码位管理和单一广告效果报告
 - 6.4.1广告代码位的排列与显示
 - 6.4.2广告代码快捷管理
 - 6.4.3查看某广告的独立效果报告
- 6.5产品设置与过滤
 - 6.5.1媒体管理
 - 6.5.2计费网址设置
 - 6.5.3渠道设置
 - 6.5.4网盟推广合作url过滤

<<百度联盟实战>>

6.5.5网盟推广合作行业过滤

6.6积分管理和积分兑换

6.6.1积分查询

6.6.2兑奖记录

6.6.3积分乐园

6.7付款记录和付款状态说明

6.7.1付款规则

6.7.2付款记录列表

6.7.3百度联盟付款状态说明

6.8个人信息修改

6.8.1账户信息

6.8.2财务信息

6.8.3付款保留

第7章 百度联盟官方优化专家和广告管家的使用

7.1玩转百度联盟优化专家

7.1.1什么是百度联盟优化专家

7.1.2网盟主题悬浮代码位检测

7.1.3网盟代码位页面投放位置检测

7.1.4网盟代码位推广类型检测

7.1.5网盟代码位模板尺寸检测

7.1.6网盟计费网址检查

7.1.7网站类别检查

7.1.8网站描述检查

7.2百度联盟广告管家简介

7.2.1什么是百度联盟广告管家

7.2.2广告管家功能一览

7.2.3入门：用广告管家实现广告投放

第8章 百度联盟官方资源汇总

8.1百度联盟支持中心

8.1.1新手上路：针对新手的入门帮助手册

8.1.2我的账户：关于账户的相关问题

8.1.3代码与投放：广告代码和投放说明

8.1.4效果报告：报告阅读和注意事项

8.1.5违规投放：合作规范和违规行为

8.1.6收入和付款：关于收入、付款的热点问题

8.1.7优化手册：基础的广告优化问题解答

8.2百度联盟在线问题咨询系统与邮件沟通

8.2.1提交问题

8.2.2获得回复

8.2.3邮件联系

8.3百度联盟常青藤在线课堂

8.3.1什么是常青藤在线课堂

8.3.2联盟简介与使用相关课程

8.3.3百度统计相关课程

8.3.4广告管家相关课程

8.3.5搜索引擎优化相关课程

8.3.6广告优化相关课程

<<百度联盟实战>>

8.4 百度联盟贴吧

8.4.1 贴吧中的官方解答

8.4.2 在贴吧和站长交流

8.4.3 贴吧中的最新资讯

8.4.4 贴吧中的经验分享和成功案例

8.5 蓝天365：诚信联盟共建

8.5.1 什么是蓝天365

8.5.2 如何加入蓝天365计划

8.6 互联网创业者俱乐部

8.6.1 什么是互联网创业者俱乐部

8.6.2 如何加入创业者俱乐部并申请资源合作

8.6.3 俱乐部活动举办和申请

下篇：百度联盟广告优化案例分析与实战指导

第9章 网站质量是创收的根本

9.1 什么是网站质量

9.1.1 网站流量

9.1.2 网站内容

9.1.3 网站用户体验

9.2 网站质量和创收的关系

9.2.1 流量与收益成正比

9.2.2 高质量的内容让网站进步更快

9.2.3 用户体验优化让网站创收事半功倍

9.3 如何提升网站质量

9.3.1 网站流量的提升

9.3.2 网站内容质量的提高

9.3.3 网站用户体验设计

第10章 以百度联盟创收为目的的网站主题优化

10.1 网站主题确立的发展历程和常规方法

10.1.1 从兴趣出发确定网站主题

10.1.2 以电子商务和定向广告为本，确立网站主题

10.1.3 以百度联盟盈利为目的，确定网站主题

10.2 可以应用于网站主题确定的百度工具

10.2.1 用百度推广找寻热门的广告类别

10.2.2 用百度推广找寻高价的行业

10.3 构建符合百度联盟热门、价高广告的网站主题实例——

某节目网主题的确立全过程

10.3.1 百度推广热门关键词分析

10.3.2 节目网适合的热门广告类别

10.3.3 节目网站单月百度联盟收益

第11章 广告位置优化

11.1 f型眼球轨迹与网页热点区域规律分析

11.1.1 f型眼球轨迹

11.1.2 网页热点区域规律

11.2 百度联盟提供的网页热度分布

11.2.1 突出网页首屏的广告价值

11.2.2 突出核心内容区域与广告的搭配

11.2.3 突出悬浮广告的“永远首屏”的特点

<<百度联盟实战>>

- 11.3用百度统计热力图找寻最佳广告投放区域
 - 11.3.1百度统计热力图简介
 - 11.3.2用热力图找到每个页面的热点区域
 - 11.3.3围绕热点区域放置广告和相关误区
- 11.4根据用户习惯优化广告位置实例
 - 11.4.1划定符合大多数网站访问者的首屏区域
 - 11.4.2分析热力图报告找出页面的热点区域
 - 11.4.3采用轮换、围绕等方式进行广告位置优化
- 第12章 广告尺寸优化
 - 12.1网盟推广广告尺寸一览
 - 12.1.1主题描述广告尺寸
 - 12.1.2主题悬浮广告尺寸
 - 12.1.3主题链接广告尺寸
 - 12.2广告尺寸选择原则
 - 12.2.1宽的比窄的好、大的比小的好
 - 12.2.2合适的、融洽的才是最好的
 - 12.3联盟推荐广告尺寸
 - 12.3.1摩天大楼和宽幅摩天大楼
 - 12.3.2矩形和大矩形
 - 12.3.3页首横幅
 - 12.3.4双边悬浮和右下角悬浮窗
 - 12.4黄金广告位上的广告位置和广告尺寸搭配方案
 - 12.4.1标题下方与大矩形的搭配
 - 12.4.2正文内容区域与大矩形、页首横幅的搭配
 - 12.4.3横向列表与页首横幅的搭配
 - 12.4.4竖向列表与摩天大楼的搭配
 - 12.4.5双边悬浮和右下悬浮的取舍
- 第13章 广告类型优化
 - 13.1网盟推广主题描述广告类型一览
 - 13.1.1文字广告
 - 13.1.2图片广告
 - 13.1.3图文混排广告
 - 13.2百度创意专家对广告类型的影响
 - 13.2.1什么是百度创意专家
 - 13.2.2多媒体类型的广告越来越普遍
 - 13.3支持多媒体物料的模板尺寸和广告类型修改
 - 13.3.1支持多媒体物料的模板尺寸
 - 13.3.2广告类型修改
 - 13.4广告类型优化实例
 - 13.4.1懒人策略：“全部类型”走四方
 - 13.4.2文字型广告优化
 - 13.4.3图片型广告优化
 - 13.4.4图文混排广告优化
- 第14章 广告颜色优化
 - 14.1网盟推广广告颜色自定义功能简介
 - 14.1.1默认广告配色方案
 - 14.1.2自定义广告边框颜色

<<百度联盟实战>>

- 14.1.3自定义广告标题颜色
- 14.1.4自定义广告背景颜色
- 14.1.5自定义广告文字描述颜色
- 14.1.6自定义广告网址颜色
- 14.2广告颜色优化的目标和作用
 - 14.2.1百度联盟广告颜色优化之融和
 - 14.2.2迎合用户喜好
- 14.3百度联盟广告颜色优化实例
 - 14.3.1快速获取网页颜色的小工具
 - 14.3.2根据网页元素设置广告颜色
 - 14.3.3根据来访者特点设置颜色
 - 14.3.4“跳跃和反差”的广告效果实现
- 第15章 广告数量优化
 - 15.1百度联盟广告数量的“3313”规范
 - 15.1.1同一网页最多放置3个网盟主题推广广告
 - 15.1.2同一网页最多放置3个链接单元
 - 15.1.3同一网页中最多放置一个悬浮广告
 - 15.1.4同一网页最多放置3个搜索广告
 - 15.2广告数量与用户体验的取舍
 - 15.2.1广告数量过多会导致用户抛弃你的网站
 - 15.2.2适合放置多个广告的网页
 - 15.3百度联盟广告数量优化实例
 - 15.3.1专业百度联盟网站广告数量取舍
 - 15.3.2电子商务类网站百度联盟广告数量取舍
 - 15.3.3适合放置多个广告的网页的数量优化实例
- 第16章 广告优化效果评估
 - 16.1广告优化对网站质量的影响评估
 - 16.1.1网站流量与广告优化
 - 16.1.2用户停留时间与广告优化
 - 16.1.3特殊转化率与广告优化
 - 16.2广告优化与广告收益评估
 - 16.2.1单一收益指标评估
 - 16.2.2综合收益指标评估
 - 16.3广告优化策略的不断进步
 - 16.3.1挖掘出广告优化的成功点并广泛应用
 - 16.3.2找出效果不佳的广告进行调整

章节摘录

版权页：插图：百度互联网创业者俱乐部成立于2010年8月14日，是由百度联盟发起成立，为帮助互联网创业者健康发展、扶持互联网创新力量而成立的全国性非营利组织。

加入百度创业俱乐部的会员，享有一些特别的权益：创业者加入俱乐部后，将获得技术、收益和融资方面的支持。

包括：免费的网站优化培训，提升流量和收入的手段与工具，创业融资方面的信息等。

创业者加入俱乐部后，将可以参加百度及合作伙伴针对创业者举办的论坛、会议等交流活动，与其他创业者分享经验、共同成长。

创业者加入俱乐部后，可以向俱乐部提出意见和建议，以便俱乐部更好地为创业者服务。

创业者加入俱乐部后，经常参加俱乐部活动或为俱乐部做出突出贡献的创业者，可获得俱乐部荣誉称号或物质和资源奖励。

创业者加入俱乐部后，可优先获得参加俱乐部活动报名名额及电子版培训资料。

俱乐部会员，同时申请百度联盟的业务合作，即成为俱乐部的高级会员。

高级会员除享有上述会员基本权益外，还享有参与俱乐部创业者训练营的资格，可以了解更多行业信息，得到运营管理方面的专业指导。

具体地说，加入俱乐部之后，联盟成员可以获得百度的各项针对网站优化的培训课程，可以参加和联盟相关的各种会议，优先获得各项百度新产品的试用权限。

<<百度联盟实战>>

编辑推荐

《百度联盟实战:网站广告赚钱揭秘》是一本从网络创业的视角出发,以百度联盟为操作平台的实例引导型书籍。

进入网络创业领域其实并不难,只要有心,谁都可以。

这一切从你翻开《百度联盟实战:网站广告赚钱揭秘》的时候已经开始.....网络广告的出现,解决了很大一部分网络创业者的难题,不需要高技术、不需要高投入、更不需要高起点,任何人都可以利用网络广告进行实实在在的网络创业。

百度联盟的出现无疑让广大网络创业者有了更好的选择。

网络创业是当下最热门的话题,快速崛起的百度联盟为网络创业者提供了一个唾手可得的最佳创业途径——加入百度联盟让流量变现、用广告优化深挖网站的掘金能力、让网站时时刻刻自动产生收益等优势都吸引着创业者的眼球。

网络广告之于网络创业,其实是低门槛、低投入,但是唯求执行力的激情创业,网络广告的普及为网络创业打开了一扇大门,百度联盟的快速崛起、平民化进程都在不断地宣告一个简单事实:进入网络创业领域其实并不难,只要有心,谁都可以!

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>