

<<新编电子商务营销技术>>

图书基本信息

书名：<<新编电子商务营销技术>>

13位ISBN编号：9787508484501

10位ISBN编号：7508484509

出版时间：2011-4

出版时间：水利水电出版社

作者：濮小金，司志刚 主编

页数：285

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>

<<新编电子商务营销技术>>

内容概要

《新编电子商务营销技术》作为全国电子商务工程师(cebe)认证考试用书，旨在帮助大家学习如何在互联网条件下开展营销活动。

按照网络营销的特点和要求，《新编电子商务营销技术》分为4部分内容：一是网络营销概论，它从整体上论述网络营销体系和主要问题；二是网络营销环境，包括第2~4章；三是网络营销市场建设，包括第5、6章；四是网络营销方法，包括第7~9章；《新编电子商务营销技术》以网络营销概论为基础，以网络营销市场环境建设为条件，以网络营销理论为指导，提出网络营销具体战略和策略，运用网络营销技巧实现网上沟通和销售。

《新编电子商务营销技术》包含了丰富的网络营销理论和实践知识，并配备了电子教案，以帮助学生学习网络营销知识。

因此，它适合作为电子商务、市场营销及相关专业的教材或教学参考书，也适合网络营销的研究者和实践人员研读，还可以作为一本工具书使用。

<<新编电子商务营销技术>>

书籍目录

序

前言

第1章 网络营销概论

1.1 网络营销的概念

1.2 网络营销的形成和发展

1.3 网络营销模式

1.4 网络营销理论

1.5 开展网络营销的意义

1.6 硅谷动力网络营销案例及评析

1.7 思考题

第2章 网络营销环境

2.1 网络营销的社会环境

2.2 网络营销的技术环境

2.3 网络营销的市场环境

2.4 网络营销的支持系统

2.5 网络营销环境案例评析

2.6 思考题

第3章 网络营销网站策略

3.1 网站定位

3.2 网站的创立

3.3 企业网站

3.4 网站的自我推介

3.5 网站的维护和检测

3.6 网站网络营销案例分析

3.7 思考题

第4章 网络渠道建设

4.1 网络渠道的概念

4.2 网络渠道设计

4.3 网络营销渠道类型

4.4 网络物流业

4.5 网络渠道案例分析

4.6 思考题

第5章 网络营销市场建设

5.1 网络营销市场调研

5.2 网络目标市场的选择

5.3 网络营销市场定位

5.4 网络顾客

5.5 网络营销案例分析

5.6 思考题

第6章 网络营销战略和策略

6.1 网络营销战略

6.2 网络营销策略

6.3 网络营销策略案例分析

6.4 思考题

第7章 网络促销

第8章 网络采购模式

第9章 网络沟通及管理

附录 考卷范例

参考文献

参考网站

章节摘录

版权页：插图：（1）区域广。

传统商店受国界和区域限制的特点比较明显。

对网络商店而言，因无国界和区域限制是互联网的特点之一，这也就决定了网络商店具有区域广的特点，不受国界和区域的限制。

对于消费者而言，只要拥有一台能上互联网的计算机，就可以随时到网络商店上去逛。

对于网络商店的店主而言，其商品不需要花费昂贵的国际营销费用，只需要将商品名称、性能、规格、图片等或者服务的介绍放在网上，就可以以最小的成本把自己的商品或服务推向国际市场，就有可能成为国际品牌。

（2）成本低。

一家传统商店的经营需要支出店面租金、装修费用、水电费、营业税、人事费和广告费等，费用比较高。

而开发一家网络商店的成本主要有自设网站的成本、软硬件费用、网络使用费和维持费用，费用要低得多。

同时，网络商店还有促销功能，其“货架”上的商品也可起广告宣传的作用，节省了一大笔促销广告的费用。

（3）场地大。

这里的场地是一种形象的说法。

传统商店的经营规模往往受到场地大小的限制，而网络商店的经营规模则不受场地大小的限制。

在网络商店的“店铺”中摆放商品的多少基本上不受限制，而且经营方式也灵活，批发、零售皆可。

（4）全天候。

传统商店都有营业和休息的时间，雇佣的经营服务人员的劳动时间要符合《中华人民共和国劳动法》的规定。

网络商店不需要雇佣经营服务人员，在劳动时间上不需要遵守《中华人民共和国劳动法》的规定，可以全年昼夜地持续营业，真正做到全天候营业。

（5）无存货。

传统商店必须把商品陈列出来供顾客选择。

网络商店不用陈列商品，只需要在网页上显示商店出售货物的目标以供选择，完全可以在接到顾客订单后，再向生产者订货，所以不需要存货。

2.网络商店的经营策略（1）网络商店开设的规划策略。

网络商店要想经营成功，做好开设的规划至关重要。

在开设网络商店前，一般要就以下几个方面进行规划：1）确定营销策略。

有的商家已经拥有传统渠道，开设网络商店应考虑对传统渠道的影响，确定好整体市场营销策略。

在开设网络商店时，应经过慎重考虑，确定销售商品的种类，考虑选择卖新产品还是现有产品，考虑避免与传统渠道相冲突等，以避免投资的损失。

2）规划销售配送。

开设网络商店前，必须确定商店所销售的商品是实体化商品还是非实体化商品，也就是说是否需要由人工配送。

如果是实体化商品，就需要人工配送，网络商店就作为商品的展示；如果是非实体化商品，就不需要人工配送，可直接利用网络商店将数字化的信息直接传送给客户，节省物流及零售商的费用。

<<新编电子商务营销技术>>

编辑推荐

《新编电子商务营销技术》特点：· 针对性强主要根据《电子商务工程师考核大纲》为电子商务工程师考试而编写。

· 实用性高。

丛书以技术为主线，突出实际应用，丛书的作者都是长期从事电子商务技术和计算机网络技术教学、研究和开发的专家，书中许多技术就是他们经验的总结，这对电子商务人才的培养具有重要意义。

· 体系结构合理。

针对人们认识问题的规律，强调面向应用，注重应用能力的培养，层次清晰。

· 适用广泛。

由于是为电子商务技术人才培养而编写的丛书，所以这套丛书也适合各高等院校电子商务和计算机相关专业的学生，以及社会在职人员学习和使用。

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>