

“互联网+”

网络营销推广实战宝典

陶红亮 编著



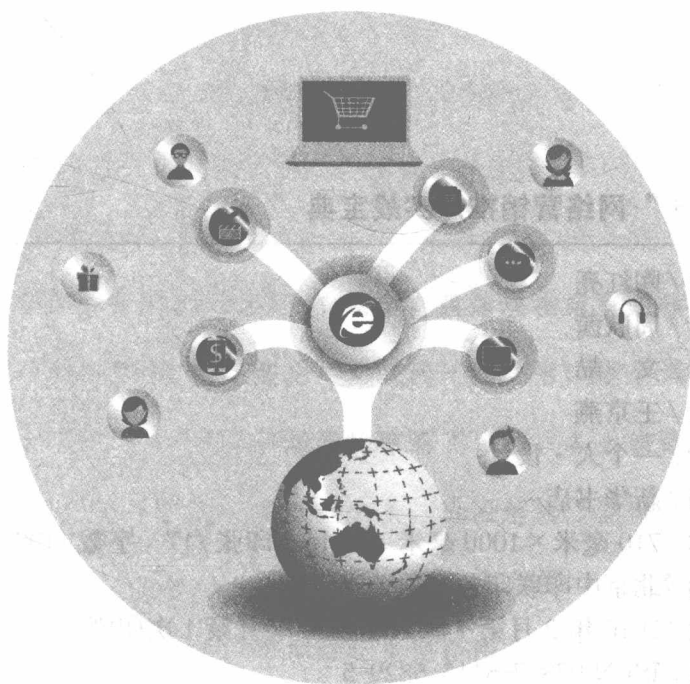
加速企业转型与升级
为企业打开大互联网时代的财富之门
一本教你更大限度地利用互联网掘金的实战技巧

中国华侨出版社

“互联网+”

网络营销推广实战宝典

陶红亮 编著



中国华侨出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

“互联网+”网络营销推广实战宝典 / 陶红亮编著.

—北京: 中国华侨出版社, 2015. 12

ISBN 978-7-5113-5829-5

I. ①互… II. ①陶… III. ①网络营销

IV. ①F713. 36

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 296327 号

“互联网+”网络营销推广实战宝典

编 著 / 陶红亮

策划编辑 / 周耿茜

责任编辑 / 文 喆

责任校对 / 王京燕

封面设计 / 一个人·设计

经 销 / 新华书店

开 本 / 710 毫米×1000 毫米 1/16 印张 / 17 字数 / 190 千字

印 刷 / 北京中印联印务有限公司

版 次 / 2016 年 2 月第 1 版 2016 年 2 月第 1 次印刷

书 号 / ISBN 978-7-5113-5829-5

定 价 / 32.00 元

中国华侨出版社 北京市朝阳区静安里 26 号通成达大厦 3 层 邮编: 100028

法律顾问: 陈鹰律师事务所

编辑部: (010) 64443056 64443979

发行部: (010) 64443051 传真: (010) 64439708

网 址: www.oveaschin.com

E-mail: oveaschin@sina.com

前言

自从李克强总理在政府工作报告中提出“互联网+”之后，这个词语就像一场飓风席卷了中国，各大媒体纷纷将其搬上头条，试图解读“互联网+”的深层次含义。在此之前，大多数人对这个词语还是完全陌生的，但是没过几天就在谈论共同的话题了——“互联网+”是什么？“互联网+”该怎么做？

“互联网+”的理念并不是凭空出现的，早在2012年11月，易观国际董事长兼首席执行官于扬在第五届移动互联网

博览会上就已经提出了。他认为，在未来“互联网+”公式应该是所有行业共同遵守的，在未来实体经济的产品和服务将与互联网络的多屏全网跨平台用户场景结合在一起。目前腾讯、阿里巴巴、百度等国内互联网巨头已经在尝试实现这一理想，并形成了一定规模的产业生态系统。以腾讯为例，腾讯开放平台上的应用总数已达 240 万项，涵盖娱乐、生活、教育等各个方面，创业人数达 500 万，覆盖全国一、二、三线城市，合作伙伴总体估值超过 2000 亿元。

在互联网高速发展的今天，“互联网+网络营销”已经是大势所趋。2015 年 3 月，马化腾作为全国人大代表，在全国两会上提交了《关于以“互联网+”为驱动，推进我国经济社会创新发展的建议》的议案，提议以“互联网+”为驱动，鼓励产业创新、促进跨界融合，推动我国经济发展。马化腾表示，“互联网+”是指利用互联网的平台、信息通信技术把互联网和包括传统行业在内的各行各业结合起来，从而在新领域创造一种新生态。

也可以这样理解，“互联网+”正是网络营销的一个方面，是网络营销在新时代的表现形式。网络营销出现的时间比较早，例如 Hotmail 在推广阶段就使用了网络营销。Hotmail 的营销方式十分简单，就是在每封邮件的结尾附上一个链接：现在就获取您的 Hotmail 免费信箱。然而就是这样简单的一句话，像病毒一样在互联网上快速传播，仅仅一年时间，就让 Hotmail 的用户从 50 万变成 1200 万。

可以看见，网络营销在当时就已经得到了很好的运用，而那还是在1997年，当时的互联网远远不像今天这么普及。

早期的网络营销大多采用打广告的形式，电脑发挥的作用和电视差不多，但是在今天，人们在网络上不仅能够看到广告，还可以直接购买东西！京东、淘宝之类的电商网站采取的物流配送，将货物直接送到消费者手中，而在美团上拍下的促销套餐，则需要消费者前往指定商店获取。这说明“互联网+网络营销”已经实现了，而李克强总理希望将它进一步推广，让社会上的各种产业都可以和互联网结合起来，利用网络的便捷，加速社会经济的发展。

在“互联网+网络营销”刚开始出现的时候，国内出现了一些担忧的声音，他们担心这种经济模式会打击实体经济的发展，甚至是摧毁原本的市场，事实证明这种担心是毫无必要的。“互联网+网络营销”并不是要颠覆传统行业，而是要帮助它们实现更新换代。手机QQ、微信出现之后，移动、联通、电信这三大传统运营商如临大敌，他们从话费和短信费用中获取的营业额直线下降，但是数据流量业务的收入大幅度提升，远远超过了下降的部分。在交通领域，出租车的运营权一直被出租车公司所垄断，而Uber、神州打车、滴滴打车等打车软件的出现，抢占了出租车的市场，使消费者获得了便利。尽管社会上对于打车软件仍然有许多争议，但是我相信打车软件一定可以推进出租车市场的改革，让资源能够得到更合理的

配置。

“互联网+”早已渗透进生活中的方方面面，“互联网+金融”“互联网+零售”“互联网+医疗”等已经出现，给人们带来了很多的便利。利用网络的优势，传统企业有了更广阔的市场。

目录

第一章 “互联网+”时代已经到来

“互联网+”是一种新型的商业模式，但是它已经成为网民和主流媒体热烈讨论的对象。在全球市场持续低迷、中国经济面临挑战的时候，国家提出“经济软着陆”的概念，而“互联网+”则被看作实现经济转型的希望，这一切都说明，“互联网+”时代已经到来。

一、“互联网+”究竟是什么 / 002

二、“互联网+”实现经济软着陆 / 004

三、“互联网+”的发展方向 / 007

四、“互联网+”的发展趋势 / 011

第二章 越来越热的网络营销

在中国，网络营销已经不是一件新奇的事物了，实际上网络上充斥着各种各样的广告，可以说只要有网络的地方就有网络营销的身影。然而，大部分人并不了解网络营销，对于网络营销的具体方式还很陌生，许多从事该行业的企业或个人往往因此走了弯路。

- 一、网络营销的含义是什么 / 016
- 二、网络营销和电子商务 / 020
- 三、网络营销和网络推广 / 024
- 四、网络营销的重要性及策略 / 028

第三章 营销推广，登上广阔的平台

网络营销是营销的一种表现形式，同样需要推广。而搜索引擎是网络世界的入口，也是网络推广最重要的平台，这就涉及 SEO。SEO 是指对网站进行调整，以提高网站在搜索引擎中的排名，从而获得更多的点击率。

一、SEO，一举两得的选择 / 034

二、软文，宣传与文章完美的结合 / 053

三、博客，交流互动大舞台 / 073

四、论坛，随时随地畅所欲言 / 092

五、图片，更具吸引眼球的魅力 / 103

六、淘宝直通车，价格早知道 / 116

七、IM 营销，闪动中的交流 / 124

第四章 营销手段和网络高科技的碰撞

网络为企业提供了各种各样的营销工具，从早期的搜索引擎营销、论坛营销到后来的博客营销、QQ群营销，再到现在的微信营销、微博营销，每一款互动交流软件风行的时候，都有可能成为网络营销的工具。通过这些软件，网络营销达到了前所未有的繁荣。

- 一、微博营销，分享简单快乐 / 132
- 二、微信营销，免费快发所向披靡 / 139
- 三、二维码营销，简简单单的美丽 / 145
- 四、E-mail 营销，快速实用的“伊妹儿” / 152
- 五、视频营销，画面语言强强结合 / 158
- 六、娱乐营销，无娱乐不营销 / 165
- 七、事件营销，小事件中的大效应 / 171
- 八、线下营销，让营销无所不在 / 178
- 九、经典案例再现 / 184

第五章 后端营销，挖掘客户最大价值

网络营销人员最看重的是流量，认为只要有了流量，网站就可以维持下去，销售业绩也能得到提升。但是在争取流量的时候，很多人忽略了后端营销的重要性。简单来说，前端营销是为了争取客户，而后端营销争取的则是回头客，留住一个老客户，比争取一个新客户更有意义。

一、数据库，数据也是一种语言 / 200

二、客户终身价值，吸引新客户维护老客户 / 205

三、客户转介绍，拓展营销的圈子 / 210

第六章 免费营销策略

在很多人看来，免费赠送只会减少利润，是绝对不能做的，他们会抓住一切可能的机会，赚取每一分可能赚到的钱。实际上，免费才是最有效的营销手段，免费能够迅速抓住客户，在最短的时间内推广产品。在互联网快速发展的今天，免费策略有了更广阔的空间。

一、网络免费，时代涌动的浪潮 / 218

二、免费策略，多方地应用 / 224

三、免费实质，最终为了收费 / 231

四、经典案例再现 / 238

第七章 网络营销的误区及困惑

网络营销拥有传播快、成本低、效果好等优点，但是这并不代表网络营销是万能的，更不能说只要做了就能取得良好的效果。许多老练的网络营销精英在接触项目时，仍然有可能不见成效，原因就是他们并未注意到网络营销的误区，被这些看不见的绳索捆绑住了，制约了自身的发展。

一、网络营销的两大误区 / 244

二、网络营销的困惑 / 250

第一章 “互联网+”时代已经到来



“互联网+”是一种新型的商业模式，但是它已经成为网民和主流媒体热烈讨论的对象。在全球市场持续低迷、中国经济面临挑战的时候，国家提出“经济软着陆”的概念，而“互联网+”则被看作实现经济转型的希望，这一切都说明，“互联网+”时代已经到来。

一、“互联网+”究竟是什么

“互联网+”是一种经济形式，而不是具体的方法论，所以它的内容十分广泛。从大的层面上来说，“互联网+”就是互联网平台和传统行业的结合，利用互联网提升经济。例如互联网金融，由于与互联网的相结合，诞生出了很多普通用户触手可及的理财投资产品，如余额宝、支付宝以及 P2P 投融资产品等。

互联网普及之后，网络营销便已经出现，而“互联网+”也随之出现，它们改变了我们身边很多传统行业的运营模式。例如网络上出现的饿了么、百度外卖等外卖网站，优酷、土豆等视频网站，美团、拉手等团购网站，百合网、世纪佳缘等相亲网站。从以上的例子中可以看出，“互联网+”并不是遥不可及的，它就在我们的

身边。

“互联网+”的实现是一个过程，它早已开始了对传统行业的改造，但是速度比较缓慢。例如，医疗行业早就已经有了“互联网+”的服务模式。人们在网络上能够使用在线问医生、在线挂号、查询药品和查询病症等功能，但是想要治病的话，仍然需要去医院，该吃什么药、该怎么治仍然需要和医生面对面交谈，否则医生也很难了解病情的发展程度。除此之外，化验、拍片、开处方药等必须通过医院进行。但是造成国内看病难的根本原因是医疗资源的匮乏，这是“互联网+”无法解决的，所以它并不能根除看病难的情况，只能起到一定的缓和作用。

“互联网+”是开放的，每个人都可以参与其中，必然会对垄断行业带来冲击，例如 Uber、滴滴等打车软件对出租车行业的冲击，支付宝、余额宝对银行业的冲击等。所以，“互联网+”在中国能够发挥多大的作用，关键还是要看政府的开放程度。