



全国高职高专院校
电子商务专业“十二五”规划教材

网络营销 练兵场

◎ 施志君 主编

- 8 大项目，24 个任务；集教、学、做于一体
- 内容新颖、实例丰富、实操性强
- 聚焦网络营销一线岗位的知识和技能

欢迎登录

www.ptpedu.com.cn

免费获取丰富教学资源



 中国工信出版集团

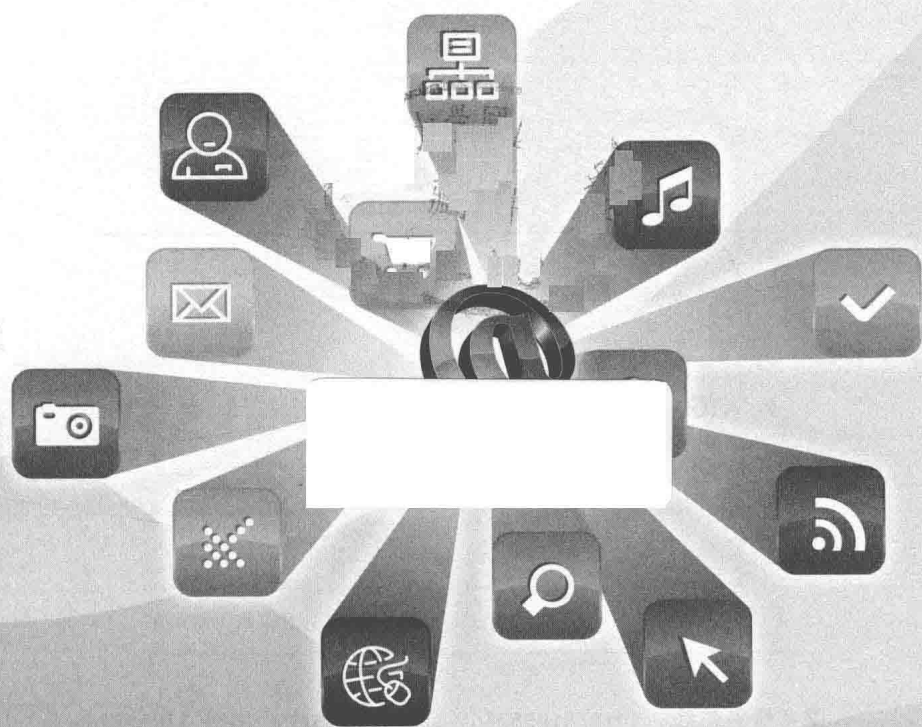
 人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS

全国高职高专院校
电子商务专业“十二五”规划教材



网络营销 练兵场

◎ 施志君 主编



人民邮电出版社
北京

图书在版编目 (C I P) 数据

网络营销练兵场 / 施志君主编. — 北京 : 人民邮电出版社, 2015. 9
全国高职高专院校电子商务专业 “十二五” 规划教材
ISBN 978-7-115-39993-9

I. ①网… II. ①施… III. ①网络营销—高等职业教育—教材 IV. ①F713.36

中国版本图书馆CIP数据核字(2015)第197674号

内 容 提 要

本书以培养学生的网络营销实战技能为核心, 采用基于行动导向的引导文教学法为主要的教学模式, 详细阐述了网络营销基础, 以及软文营销、即时通信营销(IM)、微博营销、问答营销、游戏营销、网络广告、搜索引擎营销、电子邮件营销这些重要的网络营销手段。

本书既可以作为高职高专院校电子商务、市场营销、电子信息、物流管理、信息管理、工商管理等相关专业的教材, 也可供从事市场营销和电子商务相关工作的人员学习和使用。

-
- ◆ 主 编 施志君
责任编辑 刘 琦
执行编辑 朱海昀
责任印制 张佳莹 杨林杰
 - ◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市丰台区成寿寺路 11 号
邮编 100164 电子邮件 315@ptpress.com.cn
网址 <http://www.ptpress.com.cn>
北京中新伟业印刷有限公司印刷
 - ◆ 开本: 787×1092 1/16
印张: 7.5
字数: 120 千字
- 2015 年 9 月第 1 版
2015 年 9 月北京第 1 次印刷
-

定价: 29.80 元

读者服务热线: (010)81055256 印装质量热线: (010)81055316

反盗版热线: (010)81055315

广告经营许可证: 京崇工商广字第 0021 号

前 言

网络营销是电子商务从业人员的一项重要专业技能，员工网络营销技能的高低往往决定了企业发展的快慢。本书以训练读者的网络营销技能为目标，详细介绍了目前常用并且重要的网络营销手段。

本书以引导文教学法来进行编写，全书有导入部分及 8 个项目，每个项目分为若干任务。每个任务精心设计了网络营销一线岗位所必须的知识与技能，并附有考核表，供读者检测学习效果。本书颠覆了传统教材的编写方法，更专注于实践指导，也更有利于培养学生自学能力和团队协作能力，开拓他们的专业视野。通过学习和训练，学生不仅能够掌握网络营销的理论知识，更重要的是可以通过实践来练就网络营销技能。编者建议选书老师在教学过程中，一定要鼓励学生结合具体的推广产品或服务进行实践，只有这样才能真正检验网络营销手段的实施效果。

本书的参考学时为 64~72 学时，建议采用理实一体化的教学模式，各项目的参考学时见下面的学时分配表。

学时分配表

项 目	课 程 内 容	学 时
导入	认知网络营销	2
项目一	软文营销	6~8
项目二	即时通信营销	6~8
项目三	微博营销	6~8
项目四	问答营销	4~6
项目五	游戏营销	10
项目六	网络广告	12
项目七	搜索引擎营销	10
项目八	电子邮件营销	10
课时总计		66~74

本书由广东电子商务技师学院的施志君担任主编，参与编写的还有冯声琴、黄雯雯、吴秀芳、陈伟平。具体编写分工如下：由施志君进行全书结构设计和统稿，并编写了导入部分；冯声琴编写了项目一、项目六、项目八；黄雯雯编写了项目二、项目三；吴秀芳编写了项目四；陈伟平编写了项目五、项目七；黄雯雯试用了校本教材后，对部分项目提出了修改意见。

由于编者水平和经验有限，书中难免有欠妥和错误之处，恳请广大读者批评指正。

编 者

2015 年 7 月

目 录 CONTENTS

1

目
录

导入 认知网络营销 1

任务一 了解网络营销的学习内容	1	要求	3
一、网络营销的概念及特征	1	一、网络营销岗位招聘信息对比	3
二、网络营销学什么和怎么学	2	二、网络营销岗位技能归总	5
任务二 了解网络营销岗位的技能			

项目一 软文营销 7

任务一 认知软文	7	三、整理并分析资料	15
任务目标	7	四、拟定大纲	15
任务实施	7	五、撰写软文	15
一、概念梳理	7	任务三 软文推广	16
二、案例分析	8	任务目标	16
任务二 软文写作	13	任务实施	16
任务目标	13	一、分析客户群体	16
任务实施	13	二、选择发布软文的工具	17
一、拟定题目	13	三、软文的维护	18
二、资料搜集及分析	14		

项目二 即时通信营销 19

任务一 认知即时通信营销	19	四、QQ 推广的策略和方法	27
任务目标	19	五、验证效果	28
任务实施	19	任务三 微信营销	29
一、概念梳理	19	任务目标	29
二、案例分析	20	任务实施	29
任务二 学习 QQ 推广技巧	23	一、拟定推广主题	29
任务目标	23	二、微信的知识储备	30
任务实施	23	三、资料搜集与分析	32
一、拟定推广主题	23	四、制定微信营销策略	33
二、资料搜集分析	23	五、实践与效果评估	34
三、思考与规划	26		

项目三 微博营销 35

任务一 认知微博	35	任务目标	35
----------	----	------	----

任务实施	35
一、概念梳理	35
二、案例分析	36
任务二 建立自己的企业微博	40
任务目标	40
任务实施	40

一、确定操作目的	40
二、建立你的微博	40
三、创建你的粉丝团	42
四、维护你的粉丝团	44
五、检验你的微博营销效果	46

项目四 问答营销 47

任务一 认识问答营销	47
任务目标	47
任务实施	47
一、概念梳理	47
二、案例分析	48
任务二 问答营销的推广	50
任务目标	50

任务实施	50
一、拟定题目	50
二、资料搜集及分析	50
三、整理并分析资料	52
四、推广准备	53
五、进行推广	55

项目五 游戏营销 57

任务一 认识游戏营销	57
任务目标	57
任务实施	57
一、概念梳理	57
二、案例分析	58
任务二 游戏营销模式策略分析	62
任务目标	62
任务实施	62
一、搜集资料	62
二、验证	64

任务三 撰写简单的游戏营销策划方案	64
任务目标	64
任务实施	65
一、品牌定位	65
二、游戏选择	65
三、整理并分析资料	67
四、拟定方案大纲	68
五、撰写策划方案并验证	68

项目六 网络广告 70

任务一 了解广告	70
任务目标	70
任务实施	70
一、概念梳理	70
二、案例分析	71
任务二 掌握网络广告的发布形式	73
任务目标	73
任务实施	74

一、确定消费群体	74
二、资料搜集	74
三、思考并设计餐牌	76
四、寻找广告阵地	76
五、验证	76
任务三 掌握网络广告的制作过程	77
任务目标	77
任务实施	77

一、充分利用预算	77	三、以最低的预算满足所有人	79
二、考虑客户的喜好	78	四、活动策划展示	80

项目七 搜索引擎营销 81

任务一 认识搜索引擎营销	81	任务三 认识搜索引擎优化——SEO	91
任务目标	81	任务目标	91
任务实施	81	任务实施	91
一、概念梳理	81	一、概念梳理	91
二、案例分析	82	二、案例分析	94
任务二 竞价推广方案设计	84	任务四 SEO 效果分析	101
任务目标	84	任务目标	101
任务实施	84	任务实施	101
一、确定推广主题	84	一、HTML 标签练习	101
二、资料搜集	85	二、搜索引擎优化分析	103
三、填写方案内容	86	三、搜索引擎营销优劣对比	104
四、撰写方案	90		

项目八 电子邮件营销 106

任务一 认识电子邮件营销	106	任务目标	109
任务目标	106	任务实施	110
任务实施	106	一、设定目标	110
一、概念梳理	106	二、资料搜集	110
二、案例分析	106	三、设计电子邮件	111
任务二 策划电子邮件营销	109	四、内容展示	112

导入 认知网络营销

任务一 了解网络营销的学习内容

网络营销被称为未来职场的“高富帅”。的确，在当今社会上，网络营销人才的需求量大，需求差异也大。由于受互联网的影响，传统企业纷纷把推广预算从线下转向网络，因此网络营销被预测为“未来十年十大高薪职业”之一、“最靠谱新潮职业”等。

一、网络营销的概念及特征

从营销的角度出发，可对网络营销做如下定义。

网络营销是建立在互联网基础之上，借助于互联网来更有效地满足顾客的需求和欲望，从而实现企业营销目标的一种手段，是一种新生的营销方式。网络营销贯穿于企业经营的整个过程，包括市场调查、客户分析、产品开发、生产流程、销售策略、售后服务和反馈改进等环节，网络营销是企业整体营销战略的一个重要组成部分。

需要重点说明以下几点。

网络营销并非网上销售。网上销售是网络营销发展到一定阶段的产物，但网络营销本身并不等同于网上销售。这是因为：一方面，网络营销的目的并不仅仅是促进网上销售，很多情况下还可以表现为企业品牌价值的提升、与客户之间沟通的加强、对外信息发布渠道的拓展和对顾客服务的改善等；另一方面，网上销售的推广手段也不仅仅靠网络营销，往往还要采取许多传统的方式，如传统媒体广告、发布新闻和印发宣传册等。

网络营销不等于网站推广。网络营销的开展需要科学地制订网络营

销的目标与计划，因而不能片面地认为网络营销就是网站推广。网站推广只是网络营销的基础性内容而已。单纯的网站推广，其营销效果会大打折扣。比如企业往往发现，虽然网站访问量提高了，关键词搜索也使用了，却没有带来多少客户和订单，这是因为相关配套的网络营销措施不到位。所以，企业在开展网络营销时，要制订包括网站推广在内的系统而周密的网络营销计划，这样才能达到预期效果。

网络营销是手段而不是目的。网络营销具有明确的目标和手段，但网络营销本身不是目的。网络营销是为实现网上销售目的而进行的一项基本活动，网络营销是营造网上经营环境的过程，也就是综合利用各种网络营销方法、工具、条件并协调它们之间的相互关系，从而更加有效地实现企业营销目的的手段。

二、网络营销学什么和怎么学

做好网络营销要学的东西很多，但是人的精力是有限的，因此要针对你自己最想钻研的或者从事的领域去学，如有攻技术方面的，也有攻营销方面的，还有攻战略方面的等。

首先要学网络推广的各种手段。这也是本书内容的重点，即运用好这些手段来营销或者推广企业的产品以带来价值。网络营销既然是营销，最重要的还是要学对用户理解，提升你的用户价值，为你的用户带去帮助，要具有这样的思维。

其次是学网站优化。狭义的网站优化即是搜索引擎优化（Search Engine Optimization, SEO）。通俗地讲，网站优化分为两个部分：一是站内优化，二是站外优化。站内优化就是通过 SEO 技术使得网站在搜索引擎上的友好度和站内用户的良好体验度上升。这样做的目的很简单，就是为了让网站在搜索引擎中排名靠前并且得到很好的客户转化率。站外优化就是通过 SEO 手段帮助网站和网站所属企业进行品牌推广，这个过程可能涉及的方式有百度推广、相关论坛博客、各大门户网站推广链接等。

最后就是学习营销策划。即根据企业的实际情况、商品特性等，设计出整体的营销战略，以期出奇制胜地占领市场。

“做中学，学中做”是学好网络营销的重要方法。鼓励学习者既要自己动手，在实践中观察和思考，以消化知识或悟得新知；又要将习得的知识与具体的实践相结合，学以致用，活学活用。建议学习者以自己身边的单位或企业的某些事物作为网络营销的对象，边学边做最基础的

网络推广工作，比如在论坛发帖、在问答网站自问自答等工作。把网络发帖这个基础打好了，以后再做其他的网络营销就容易多了。踏踏实实地做，不懂就学会去搜索，要多去总结、反思、研究。常言道：“师傅领进门，修行靠个人”，老师只能起引导的作用，关键看学习者自己的努力程度。

任务二 了解网络营销岗位的技能要求

一、网络营销岗位招聘信息对比

1. 网络营销专员（某投资有限公司）

岗位职责：发掘潜在客户和维护现有客户并与客户建立良好的关系，有计划地完成销售任务；负责为客户及时提供金融投资理财服务的相关信息；根据公司整体销售计划，达成个人销售目标。

任职要求：对金融行业具有浓厚兴趣，有工作热情和激情；具备高超的沟通技巧、表达技巧和销售技巧，普通话标准、流利；有无相关经验者均可。

2. 初级网络营销员（某包装有限公司）

岗位职责：执行公司的国内业务，开拓市场；负责联系客户、编制报价、参与商务谈判，负责签订合同；负责客户的拓展与维护；负责业务相关资料的整理和归档；负责相关业务的汇报工作。

任职要求：有良好的业务拓展能力和商务谈判技巧，公关意识强；具有较强的事业心、团队合作精神和独立处事能力；勇于开拓和创新。

3. 网络营销员（某网络科技有限公司）

岗位职责：用网络平台及社交工具等进行公司产品宣传、推广和销售，完成销售的任务指标；协助销售主管、组长制定销售策略、销售计划，以及量化销售目标；制订自己的销售计划，搜集与完善客户资料，建立客户档案；销售方式以网络为主，在办公大楼上班，不用外出跑业务。

任职要求：熟悉电脑，能熟练使用网上社交工具，如QQ、论坛等，熟悉网购等操作流程；性格乐观开朗，有事业心、吃苦耐劳；有较好的沟通能力、表达能力、抗压能力。

4. 网络营销主管（某电子商务公司）

岗位职责：针对公司需要，策划并撰写各类有效网络营销活动策划案，并不断地探索新思路及新的推广方法；负责进行搜索引擎关键字排名、论坛、社区、网络广告、友情链接、群发邮件、博客推广、微信推广等多种网络推广方式；策划组织网站、微博、论坛、社区等线上营销活动和其他线下市场推广活动，开拓市场份额及建立品牌知名度；根据具体项目需求，制订线上、线下媒体投放策略及计划，并根据实际情况实时调整；统筹并执行相关营销项目及活动，做好费用预估及控制，并对活动效果进行评估及总结。

任职要求：3年以上互联网产品运营和市场推广工作经验；可根据需求独立完成活动方案的策划和撰写，具备较强的市场洞察力、分析和逻辑思维能力、公关能力；具备各类线上、线下媒体运作能力及优秀的资源整合能力，有大型网络营销活动推广成功经验和案例者优先（如有相关案例，面试时请随身携带）。

5. 网络营销总监（某投资有限公司）

岗位职责：组建自己的网络销售团队，并进行培训、指导、监督与管理，提高团队整体业绩，完成团队销售指标。负责网络营销推广方案的拟定，根据市场及产品分析、竞争对手分析，制定线上营销推广战略，以及具体实施策划方案，确保方案和产品营销战略一致。负责营销资源的掌控与整合，熟悉网民特性，能精确捕捉适合客户线上营销的目标受众群体；负责网络广告资源挖掘、整合；策划各类线上营销活动。通过各类渠道开发有效客户并持续跟进，借力公司技术资源，为客户提供专业的理财咨询与服务；能挖掘新创意，达到线上营销目的，并具有较强的数据分析能力，能对广告效果进行客观的评估。

任职要求：熟悉网络营销方式，并有网络销售实操经验；具有丰富的贵金属从业经验，以及团队管理经验，能够独立带领团队完成销售任务；对市场具有敏锐的判断和分析能力；能进行有效的客户发掘及竞争对手分析，制订有效的战略计划并付诸行动；具有积极向上和开拓进取精神，良好的沟通和培训、管理的能力，能营造良好的工作氛围；为人务实，做事踏实，具有良好的职业道德和团队合作精神；对互联网媒体运营和互联网技术有一定了解。

以上可以说是网络营销岗位的晋升路径，其岗位职责与任职要求随职位的提高而逐级提升。

根据以上岗位职责与任职要求，按照由简到难的顺序，结合自己的
，完成表 0-1 所示的学习计划表。

学习计划表

[illegible]

续表

序号	网络营销岗位技能	是否掌握	计划攻克的时间

任务一 认知软文

【任务目标】

- (1) 了解软文的由来。
- (2) 熟悉软文的各种形式。

【任务实施】

一、概念梳理

1. 软文

软文是相对硬性广告而言的，是由企业的市场策划人员或广告公司的文案人员来负责撰写的“文字广告”。传统的软文主要是在报刊等纸质媒介上登载的纯文字广告。新型软文则是指在各种媒体上登载的可能导致企业产品销量大增，树立企业良好形象或提高企业知名度等的文字篇章，包括企业深度解读、企业老总的创业历程、企业案例分析等各种题材。

2. 硬广告与软广告

在广告学理论中，硬、软广告之间没有明确的定义，也没有明确的范围划分，更确切地说，这只是广告界所谓的“行话”。对于硬广告，大家相对都比较熟悉，我们在报刊、杂志、电视、广播四大传统媒体上看到和听到的宣传产品的纯广告就是硬广告。而媒体刊登或广播的那些新闻不像新闻、广告不像广告的有偿形象稿件，以及企业各种类型的赞助

活动则被业界称为“软广告”。其特点是：这些广告或以人物专访的形式出现，或以介绍企业新产品、分析本行业状况的通讯报道形式出现，而且大多附有企业名称或服务电话号码等。所谓软广告，是指为减少公众对广告的躲避心理，通过更巧妙的、更迂回的、更隐蔽的方式将广告信息传达出去，使消费者在不知不觉中把广告所传达的内容接受下来的一类广告。

二、案例分析

软文一直是一个神奇的话题，任何一篇介绍经验的文字，都能看成是软文。软文到底是广告还是经验分享呢？我们无从考究。曾有传言说，互联网上出现的文字中，有 90% 都属于软文范畴，这是个多么惊人的数字！

从软文营销到口碑传播，从最初的商家炒作到最后的消费者经验，一位软文写作高手，是不会让你看出其文章中的任何广告痕迹的。下文是一篇来自网络的经验分享文章，我们大家一起来判断一下这个到底是软文还是广告。

“战痘”是一场长久的战斗：90 后敏感肌男的 5 年护肤总结

前几天看经验盒子，突然有了自己也写一篇的想法，想把自己这几年和痘痘斗争的故事写一下。不为其他的，只希望能够帮助需要的朋友，因为长痘这件事只有经历过的人才深有体会。

简单介绍一下自己，本人男，1991 年生，高三开始长痘痘，前前后后有到现在已经有 5 年左右时间，肤质属于“混合敏感薄弱痘痘肌”，最差的时候摸着自己的脸，再摸摸屁股，都觉得屁股的皮肤比脸上的要好。前后用过的护肤品加起来有好几十样，从相宜本草、可伶可俐、曼秀雷敦、Q 网、AA 网，到欧树、大葡萄、倩碧、海蓝之谜、资生堂，再到理肤泉、雅漾、丝塔芙、薇诺娜。从最开始的病急乱投医、什么都往脸上糊，到逐渐理性护肤、懂得取舍。所以希望能写一写个人经验，尽自己的一份力帮助大家。

目前，在饮食、锻炼、护肤品和医生指导服药下，我的皮肤状态已经稳定住了，只有偶尔的针头大小的白头痘和些许红色的痘印。有一次同学看到我说“你皮肤变好了”，还真让我心里美了一会儿。因为痘痘肌也是敏感肌肤，所以我目前的策略是先修复

敏感，然后着手修复痘印，下面推荐的一些护肤品，主要是出于修复的目的。至于祛痘方面的药品，我认为应该向医生咨询，根据自己的情况酌情用药。

下面我从内外两个方面来讲一讲自己的经验。

首先我要说明的是，长痘之后，你要做的第一件事情是去看医生——看西医、看好医生，不要被江湖郎中骗了，乱用激素、酒精等猛药（抛开剂量谈毒性是胡说，合理使用激素是安全有效的，但是江湖郎中不懂啊！）。所以一定要在有经验的医生的指导下合理治疗，同时请参考《中国痤疮治疗指南》，了解发病机制。

一、内因

人体由各部分组成，不同的器官各司其职，只有当各个部分和谐运行的时候，身体才能健康，这样，皮肤看起来才能健康。也就是说，皮肤一定程度上是身体的一面镜子，能忠实地反映出身体状况。有些时候反映出这些状况需要时间，所以一些不好的生活习惯会慢慢展现出来。

其实道理大家都懂，护肤关键在于坚持，长久坚持下去，自然就能看到效果。

关于长痘，到现在医学界还没有一个定论，但是已知的原因有许多，包括滥用护肤品、保湿过度、遗传、不健康的生活方式、不健康的饮食（喜食高糖、高脂食品和乳制品）、熬夜等，这些都会导致体内激素水平变化、油脂分泌增加、痤疮杆菌等致病菌繁殖，最后就长痘了。

1. 饮食

首先推荐微博、微信关注@范志红_原创营养信息 @营养师顾中一，这两位老师在微博里经常会介绍必要、有用的饮食健康知识。还有就是@皮肤科大夫朱学骏 @何黎教授，何老师在#痤疮治疗篇#中专门提到了饮食需要避免香、甜、辣。另外，微博上也有很多护肤爱好者们，多多关注他们，也能学到一些知识。

根据以上几位老师的建议，我现在的饮食完全不接触辣椒，尽量远离油炸，克制甜食摄入。但是这里有一点要注意的是，精