

互联网营销系列丛书

# 数据化

# 网站运营深度剖析

主 编 ○ 车云月

- 揭秘网站运营本质和策略
- 解析数据驱动运营的奥秘
- 多行业经典案例深入剖析
- 分享真实的网站运营技巧

清华大学出版社

互联网营销系列丛书

# 数据化网站运营深度剖析

车云月 主编

清华大学出版社

北 京

## 内 容 简 介

企业网站是在互联网上进行网络营销和形象宣传的平台，而本书从网站定位到数据化运营，贯穿整个网站的生命周期，研究网站定位、网站策划与布局、网站更新维护、网站数据挖掘及应用、数据驱动运营、移动网站运营的具体策略，涵盖了网站运营的精髓与核心内容，并结合企业实战经验，分析了大量的网站运营经典案例，为网站运营人员提供全面而科学的运营知识和策略。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签，无标签者不得销售。  
版权所有，侵权必究。侵权举报电话：010-62782989 13701121933

### 图书在版编目（CIP）数据

数据化网站运营深度剖析/车云月主编. —北京：清华大学出版社，2017  
（互联网营销系列丛书）  
ISBN 978-7-302-46414-3

I. ①数… II. ①车… III. ①网站-数据管理 IV. ①TP393.092

中国版本图书馆CIP数据核字（2017）第023655号

责任编辑：杨静华  
封面设计：闫佳佳  
版式设计：牛瑞瑞  
责任校对：王云  
责任印制：宋林

出版发行：清华大学出版社

网 址：<http://www.tup.com.cn>，<http://www.wqbook.com>  
地 址：北京清华大学学研大厦A座 邮 编：100084  
社总机：010-62770175 邮 购：010-62786544  
投稿与读者服务：010-62776969，[c-service@tup.tsinghua.edu.cn](mailto:c-service@tup.tsinghua.edu.cn)  
质量反馈：010-62772015，[zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn](mailto:zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn)

印 装 者：清华大学印刷厂

经 销：全国新华书店

开 本：185mm×260mm 印 张：8.25 字 数：191千字

版 次：2017年4月第1版 印 次：2017年4月第1次印刷

印 数：1~2000

定 价：39.80元

---

产品编号：074044-01

# 编委会成员

策 划：车立民

主 编：车云月

副主编：刘 洋 李海东 张 亮 许长德 周 贤

编 审：徐 亮 王 静 才 奇 刘经纬 侯自凯

高瑛玮 赵媛媛 王红妹 郝熙菲 王 昆

杨文静 路 明 秦 迪 张 欠 邢景娟

张鑫鑫 赵 辉 滕宇凡 李 丹

# 课程说明

kechengshuoming



近些年，互联网促进经济迅速发展，越来越多的企业把互联网当作产品营销的重要渠道。而网络营销依托着计算机设备和网络资源，凭借其优势成为了这个时代高效的宣传推广方式。

企业网站是在互联网上进行网络营销和形象宣传的平台，而本书从网站定位到数据化运营，贯穿整个网站的生命周期，研究网站定位、网站策划与布局、网站更新维护、网站数据挖掘及应用、数据驱动运营、移动网站运营的具体策略，涵盖了网站运营的精髓与核心内容，并结合企业实战经验，分析了大量的网站运营经典案例，为网站运营人员提供全面而科学的运营知识和策略。

## 本书适用人群

本书适用于高校学生，也可以作为对网站运营感兴趣的读者的自学用书，本书在讲解过程中应用了大量真实案例，内容由浅入深、通俗易懂，能够帮助读者快速掌握网站运营技术。通过本书，可以全面了解运营工作的范围、职责、策略，确立科学的运营观念和思路，掌握实用的运营方法与技巧，并能帮助读者规划职业发展方向，成为专业的网站运营者。

## 章节内容

- ☑ 第1章：了解网站分类、网站定位对企业的重要性及网站用户群体的分析思路。
- ☑ 第2章：本章重点学习营销型网站的特点、营销型网站建设的基本规则和思路。
- ☑ 第3章：讲解营销型网站具备的营销功能，以及网站首页、栏目页及文章页面的布局规则和提升用户体验的技巧。
- ☑ 第4章：学习网站维护在网站运营中的重要性、网站更新及安全维护的内容和方法。
- ☑ 第5章：本章重点讲解网站运营推广的目的和方式，不同类型网站的营销思路及营销策略。
- ☑ 第6章：讲解网站运营推广的数据挖掘和应用，通过数据驱动运营的思路和方法。
- ☑ 第7章：学习营销型移动网站的建设规则，移动网站的运营推广思路和技巧。
- ☑ 第8章：本章重点讲解网站运营的工作流程、运营团队中各岗位的工作职责和相互协作的关系。

本书最大的特点是以案例为主，在实践中学习技能点，注重运营策划和实际操作，学



习过程中希望读者能多思考多动手，勤于实践和总结。

在本书的编写过程中，新迈尔（北京）科技有限公司教研中心通过岗位分析、企业调研，为求将最实用的技术呈现给读者，以达到我们培养技能型专业人才的目标。

虽然我们经过了精心的编审，但也难免存在不足之处，希望读者朋友提出宝贵的意见，以趋完善，在使用中遇到任何问题请发邮件至 [zhoux@itzpark.com](mailto:zhoux@itzpark.com)，在此表示衷心的感谢。

技术改变生活，新迈尔与您一路同行！



Note

# 前言

Preface



近年来，移动互联网、大数据、云计算、物联网、虚拟现实、机器人、无人驾驶、智能制造等新兴产业发展迅速，但国内人才培养却相对滞后，存在“基础人才多、骨干人才缺、战略人才稀，人才结构不均衡”的突出问题，严重制约着我国战略新兴产业的快速发展。同时，“重使用、轻培养”的问题依然存在，可持续性培养机制缺乏。因此，建立战略新兴产业人才培养体系，形成可持续发展的人才生态环境刻不容缓。

中关村作为我国高科技产业中心、战略新兴产业的策源地、创新创业的高地，对全国的战略新兴产业、创新创业的发展起着引领和示范作用。基于此，作者所负责的新迈尔（北京）科技有限公司依托中关村优质资源，聚集高新技术企业的技术总监、架构师、资深工程师，共同开发了面向行业紧缺岗位的系列丛书，希望能缓解战略新兴产业需要快速发展与行业技术人才匮乏之间的矛盾，能改变企业需要专业技术人才与高校毕业生的技术水平不足之间的矛盾。

优秀的职业教育本质上是一种更直接面向企业、服务产业、促进就业的教育，是高等教育体系中与社会发展联系最密切的部分。而职业教育的核心是“教”“学”“习”的有机融合、互相驱动。要做好“教”，必须要有优质的课程和师资；要做好“学”，必须要有先进的教学和学生管理模式；要做好“习”，必须要以案例为核心、注重实践和实习。新迈尔（北京）科技有限公司通过对当前国内高等教育现状的研究，结合国内外先进的教育教学理念，形成了科学的教育产品设计理念、标准化的产品研发方法、先进的教学模式和系统性的学生管理体系，在我国职业教育正在迅速发展、教育改革日益深入的今天，新迈尔（北京）科技有限公司将不断沉淀和推广先进的、行之有效的人才培养经验，以推动整个职业教育的改革向纵深发展。

不论是“互联网+”还是“+互联网”，未来企业的发展都离不开互联网，尤其是企业的品牌推广和产品营销领域，基于对行业领军企业的调研和与行业专家的深度访谈，新迈尔（北京）科技有限公司精准把握未来行业发展趋势，携手行业资深互联网营销工程师开发的电子商务系列课程覆盖了电子商务、网络营销和跨境电商3个方向，以满足营销人员不同的职业选择和发展路径。互联网营销是一个更新迭代较快的行业，新技术、新平台层出不穷，本系列教材吸收了行业最新的技术和经典案例，教学和学习目标是让学习者精通技术、善于营销、学会策划、强于实战，让营销人才更懂用户、产品和互联网，实现学生高薪就业和营销创业。

任务导向、案例教学、注重实战经验传递和创意训练是本系列丛书的显著特点，改变了先教知识后学应用的传统学习模式，调整了初学者对技术类课程感到枯燥和茫然的学习心态，激发学习者的学习兴趣，打造学习的成就感，建立对所学知识和技能的信心，是对



传统学习模式的一次改进。

互联网营销系列丛书具有以下特点。

- ☑ 以就业为导向：根据企业岗位要求组织教学内容，就业目的非常明确。
- ☑ 以实用技能为核心：以企业实战技术为核心，确保技能的实用性。
- ☑ 以案例为主线：教材从实例出发，采用任务驱动教学模式，便于掌握，提升兴趣，本质上提高学习效果。
- ☑ 以动手能力为合格目标：注重培养实践能力，以是否能够独立完成真实项目为检验学习效果的标准。
- ☑ 以项目经验为教学目标：以大量真实案例为教与学的主要内容，完成本课程的学习后，相当于在企业完成了上百个真实的项目。

信息技术的快速发展正在不断改变人们的生活方式，新迈尔（北京）科技有限公司也希望通过我们全体同仁和您的共同努力，让您真正掌握实用技术、变成复合型人才、能够实现高薪就业和技术改变命运的梦想，在助您成功的道路上让我们一路同行。

编 者

2017年2月于新迈尔（北京）科技有限公司



Note



# 目 录

## Contents



第 1 章 网站定位 .....	1
1.1 什么是网站定位 .....	2
1.2 网站定位包含的内容 .....	2
1.2.1 网站类型定位 .....	2
1.2.2 网站内容定位 .....	8
1.2.3 网站产品市场定位 .....	9
1.2.4 网站用户群体定位 .....	11
1.2.5 网站盈利模式定位 .....	15
本章总结 .....	15
本章作业 .....	15
第 2 章 营销型网站建设规则 .....	17
2.1 什么是营销型网站 .....	18
2.2 营销型网站的特点 .....	18
2.3 营销网站建设规则 .....	18
2.3.1 网站域名 .....	19
2.3.2 网站空间 .....	20
2.3.3 网站结构 .....	21
2.3.4 网站导航 .....	21
2.3.5 面包屑导航 .....	22
2.3.6 网站地图 .....	23
2.3.7 网站文章内容 .....	24
2.3.8 网站图片 .....	24
2.3.9 404 页面 .....	26
本章总结 .....	27
本章作业 .....	27
第 3 章 营销型网站策划与布局 .....	29
3.1 网站结构及栏目策划 .....	30
3.1.1 营销型网站结构与布局 .....	30
3.1.2 网站内容 .....	41
3.1.3 网站营销功能 .....	42
3.1.4 案例 .....	45



3.1.5 用户体验 .....	46
3.2 网站测试 .....	47
本章总结 .....	48
本章作业 .....	48

## 第4章 网站更新维护 .....

4.1 网站维护的概念 .....	50
4.2 网站内容维护和更新 .....	50
4.2.1 产品信息的更新和维护 .....	50
4.2.2 网站风格的更新 .....	51
4.2.3 网站 banner 更新 .....	53
4.2.4 网站内部图片的更新 .....	54
4.3 网站系统维护 .....	55
4.3.1 网站服务器维护 .....	55
4.3.2 网站域名维护 .....	55
4.3.3 企业邮箱维护 .....	56
4.4 网站链接的维护 .....	56
4.5 网站安全维护 .....	57
4.5.1 网站数据库维护 .....	57
4.5.2 网站紧急恢复 .....	58
4.5.3 其他网站安全维护 .....	58
4.5.4 网站程序维护 .....	58
本章总结 .....	59
本章作业 .....	59

## 第5章 网站运营推广 .....

5.1 网络营销 .....	62
5.1.1 什么是网站推广 .....	62
5.1.2 网络营销的优势 .....	62
5.1.3 网络营销的目标 .....	63
5.1.4 网络营销的方式 .....	64
5.2 网站运营推广 .....	76
5.3 网络营销案例 .....	83
本章总结 .....	86
本章作业 .....	86

## 第6章 网站运营数据分析与优化 .....

6.1 数据分析在网站运营中的含义及作用 .....	88
6.1.1 数据分析的含义 .....	88
6.1.2 数据分析对网站运营的作用 .....	89
6.2 网站数据分析和优化 .....	90
6.2.1 网站分析工具 .....	90





6.2.2	网站数据分析中的维度和指标	92
6.2.3	网站数据分析思路及优化调整	93
6.3	网站推广数据分析	96
6.3.1	网络营销数据分析工具	96
6.3.2	网络营销数据维度和指标	96
6.3.3	网络营销数据分析思路及优化调整	97
6.4	数据化运营	99
6.4.1	数据运营分析思路	99
6.4.2	数据运营内容细分	100
	本章总结	102
	本章作业	102
<b>第7章</b>	<b>移动网站运营</b>	<b>103</b>
7.1	移动网站	104
7.1.1	什么是移动网站	104
7.1.2	营销型移动网站的特点	105
7.1.3	营销型移动网站建设原则	105
7.2	营销型移动网站运营	106
7.3	移动网站运营推广	107
7.3.1	移动网站的营销方式	107
7.3.2	移动网站运营推广内容	111
	本章总结	112
	本章作业	112
<b>第8章</b>	<b>网站运营工作和团队</b>	<b>113</b>
8.1	网站运营的本质	114
8.2	网站运营工作流程	114
8.3	网站运营团队	115
	本章总结	116
	本章作业	116
	版权声明	117

# 第1章

## 网站定位

### 本章简介

互联网时代，搭建企业网站是必需的，这是企业进入互联网的入口和名片，无论是想进行网络营销还是提升品牌影响力，企业网站都是不可或缺的。建设企业网站首先要做的就是网站定位。俗语说：“凡事预则立，不预则废。”网站定位是企业网站建设“预”的重要一步，是从整体上对网站的建设、发展进行构思和设计。尽管网站定位并未涉及网站的具体建设环节，但是网站的架构、内容、表现等都是围绕网站的定位展开的。因此在运营一个网站的初始阶段，需要谋定而后动，确定好网站的运营模式。

定位就是给网站确定一个方向，最终通过网站达成营销目标。本章将重点讲解产品市场分析及定位、网站内容及营销目标定位、网站用户群体分析等内容。

### 本章工作任务

- 网站类型及内容的划分。
- 网站定位的意义。
- 网站用户群体分析的重要性。

### 本章技能目标

- 掌握网站类型、网站内容的划分及定位。
- 掌握对产品市场自身及竞品的分析思路。
- 掌握对用户群体的特点、心理、兴趣爱好等的分析方法。
- 掌握对网站盈利模式定位方法，学会对自身网站及竞品盈利模式进行分析。



## 预习作业

- 网站大致分哪几种类型?
- 如何分析自身产品市场和竞品市场?
- 从哪几方面分析用户群体?
- 分析用户群体的意义是什么?



Note

## 1.1 什么是网站定位

网站定位如同企业、产品定位一样,就是确定网站的特征、特定的使用场合及其主要的使用群体和其特征带来的利益,即网站在网络上的特殊位置,其核心概念、目标用户群、核心作用等。因此,网站定位相当关键,换句话说,网站定位是网站建设的策略,而网站架构、内容、表现等都围绕网站定位展开。

网站定位要用科学的思维方法,进行情报收集与分析,对网站设计、建设、推广和运营等方面进行整体策划,并提供完善的解决方案。网站定位要确定方向和目标,如要把网站做成什么层次,针对什么客户群体,让客户群有什么样的感受。

## 1.2 网站定位包含的内容

所谓网站定位,就是网站在 Internet 上扮演什么角色,要向目标群体(浏览者)传达什么样的核心概念,通过网站发挥什么样的作用,带来多大的商业价值等。网站定位包含的内容分为网站类型定位、网站内容定位、网站的产品市场定位、网站用户群体定位、网站盈利模式定位。

### 1.2.1 网站类型定位

在网站建立之初,需要事先进行充分的策划和准备。首先要确定网站的类型。通常来说,网站类型大致分为企业营销型网站、电子商务网站、资讯类网站、社区类网站、娱乐型网站、工具类网站、政府机构网站等。

#### 1. 企业营销型网站

企业营销型网站是为实现某种特定的营销目标,能将营销的思想、方法和技巧融入到网站策划、设计与制作中的网站。最为常见的营销型网站的目标是获得销售线索或直接获得订单。图 1.1 和图 1.2 所示的易到用车官方网站和新迈尔网站即为企业营销型网站。

优质的营销型网站就像一个业务员一样,了解用户且具有非常强的说服力,能抓住用户的注意力,洞察用户的需求,有效地传达自身的优势,一一解除用户在决策时的心理障碍,并顺利促使目标客户留下销售线索或者直接下订单。营销型网站整合了各种网络营销



理念和网站运营管理方法, 不仅注重网站建设的专业性, 更加注重网站运营管理的整个过程, 是企业网站建设与运营维护一体化的全程网络营销模式。



图 1.1 易到用车官方网站



Note



图 1.2 新迈尔网站

## 2. 电子商务网站

电子商务网站是以信息技术为手段, 以商品交换为中心的网站。所谓电子商务, 是在互联网开放的网络环境下, 基于浏览器/服务器应用方式, 买卖双方不谋面地进行各种商贸活动, 实现消费者的网上购物、商户之间的网上交易、在线电子支付以及各种商务活动、交易活动、金融活动和相关的综合服务活动的一种新型的商业运营模式。电子商务分为 B2B、B2C、C2C 等, 如图 1.3 所示的京东商城即为电子商务网站。

电子商务网站让消费者通过网络在网上购物、网上支付, 节省了客户与企业的时间和空间, 大大提高了交易效率, 在消费者信息多元化的 21 世纪, 可以足不出户地通过网络渠道, 了解本地商场的商品信息, 享受购物的乐趣。



图 1.3 京东网站

### 3. 资讯类网站

资讯类网站是指以文章为主的网站，这是网站的最基本组成形态之一，也是 Web 1.0 的基本表现形式。很多个人或公司建站，都是从资讯站开始的。如图 1.4 所示的环球资讯网即为资讯类网站。把资讯网站细分，可以拆分为门户网站与行业类网站。



图 1.4 环球资讯网

门户网站是指通向某类综合性互联网信息资源并提供有关信息服务的应用系统。在中国，最著名的门户网站有新浪、网易、搜狐、腾讯等，该类网站以新闻信息、娱乐资讯为主。如图 1.5 所示的新浪网站为综合门户网站。

行业门户网站是指针对某一个行业而构建的大型网站，包括这个行业的产、供、销等供应链以及周边相关行业的企业、产品、商机、咨询类信息的聚合平台等。

新型的行业门户又称为“垂直行业门户”，这类行业门户是相对于类似“新浪”“网易”之类传统的综合性门户而构建的。行业门户网站提供的是这个行业的信息与电子商务交流的入口，通过行业门户使网民可以获取到该行业的系统信息。如图 1.6 所示的中证网即为一个行业门户网站。





图 1.5 新浪网站

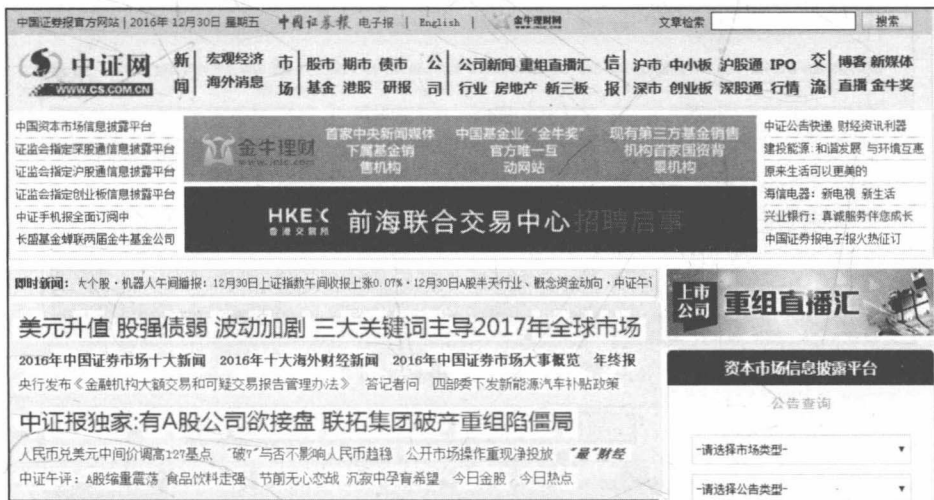


图 1.6 中证网站

#### 4. 社区类网站

社区类网站是立足于广大社区居民信息和需求的网站，不仅带动了居民社区的生活，而且带动了整个商圈、信息圈、娱乐圈等的发展。社区居民的需求信息、商家的广告宣传都经过社区网站进行传递，让信息及时、全面地发布，让居民和商家都能找到自己需求的信息。如图 1.7 所示的天涯社区网站即为社区类网站。

网络社区则是指包括 BBS/论坛、贴吧、公告栏、群组讨论、在线聊天、交友、个人空间无线增值服务等形式在内的网上交流空间，同一主题的网络社区集中了具有共同兴趣的访问者。



Note





Note



图 1.7 天涯社区网站

## 5. 娱乐型网站

娱乐型网站就是提供休闲娱乐的网站，如图 1.8 和图 1.9 所示的优酷网站和 365 音乐网均为娱乐型网站。



图 1.8 优酷网站



图 1.9 365 音乐网