



高职高专经济、管理类专业“十二五”规划教材

基于工作过程的 网站建设与网页制作

主编 / 江 文

JIYUGONGZUOGUOCHENGDE
WANGZHANJIAN SHEYUWANGYEZHIZUO



中南大学出版社
www.csupress.com.cn

 高职高专经济、管理类专业“十二五”规划教材

基于工作过程的 网站建设与网页制作

JIYUGONGZUOGUOCHENGDE
WANGZHANJIANSHHEYUWANGYEZHIZUO

主 编 江 文

副主编 王 东

撰稿人 (按姓氏笔画排序)

王 东	王显梅	宁 轲	江 文
农海燕	李卓凡	苏 慧	赵 俊
游江南			



中南大学出版社
www.csupress.com.cn

内容提要

《基于工作过程的网站建设与网页制作》教材是以“基于工作过程”的课改思想为指导,以真实项目开发过程为主线,以网站建设、网页设计(制作)的实际工作流程和工作任务为原型进行编写。全书包括“网站项目寻找、网站规划与创建、网站版面设计、网站项目确定、静态页面制作、站点中的 Flash 技术、ASP 基础、数据库的基础知识、新闻发布系统的制作、将静态页面做成动态页面”十个章节内容。介绍了在 Dreamweaver 环境中建设网站和制作网页的基本技术,以制作一个系部网站为教学目标,每一章以一个具体的工作项目为教学任务,使学生掌握网站建设、网页制作一整套工作流程和技能。

本书特别适合作为高职高专类院校的电子商务、计算机应用、信息管理及数字艺术等专业的教材,也可作为网站建设、网页制作从业人员和爱好者参考用书,还可作为做课程设计或毕业设计学生的参考用书。

图书在版编目(CIP)数据

基于工作过程的网站建设与网页制作/江文主编. —长沙:中南大学出版社,2011. 1
ISBN 978-7-5487-0347-1

I. 基... II. 江... III. ①网站—设计②网页—制作
IV. ①TP393.07②TP393.092

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 145048 号

基于工作过程的网站建设与网页制作

主编 江 文

☐责任编辑 何京平
☐责任印制 文桂武
☐出版发行 中南大学出版社
社址:长沙市麓山南路 邮编:410083
发行科电话:0731-88876770 传真:0731-88710482
☐印 装 长沙利君漾印刷厂

☐开 本 787×1092 1/16 ☐印张 8.75 ☐字数 213 千字 ☐插页 2
☐版 次 2011 年 8 月第 1 版 ☐2011 年 8 月第 1 次印刷
☐书 号 ISBN 978-7-5487-0347-1
☐定 价 18.00 元

图书出现印装问题,请与经销商调换

高职高专经济、管理类专业“十二五”规划教材编委会

编委会主任: 李国淮(广西国际商务职业技术学院院长、教授)

编委会副主任: 王海东(中南大学出版社社长、教授、博导)

覃扬彬(广西职业技术学院副院长、教授)

编委: (按姓氏笔画排序)

韦 滨(广西机电职业技术学院工商管理系副主任)

韦永福(广西现代职业技术学院管理系主任)

叶桂中(广西工商职业技术学院财会系副主任)

冯雪萍(柳州职业技术学院管理系主任)

向秋华(广西经济管理干部学院工商管理系主任)

伍 锐(广西外国语学院国际工商管理学院常务副院长)

罗海峰(桂林山水职业学院经贸系副主任)

陈湘桂(广西经济管理干部学院教务处处长)

李建春(广西职业技术学院管理系主任)

余伯明(广西经济管理干部学院贸易经济系主任)

陈 梅(广西工商职业技术学院管理系主任)

张秀兰(桂林航天工业高等专科学校工商管理系主任)

杨振科(广西生态工程职业技术学院管理系主任)

杨 磊(广西国际商务职业技术学院国际贸易系主任)

林建栋(广西经贸职业技术学院财政金融系主任)

周百灵(广西工商职业技术学院经贸系主任)

姚瑞基(广西国际商务职业技术学院财会金融系主任)

郭上玲(广西工业职业技术学院管理科学系主任)

黄容生(柳州城市职业技术学院管理系主任)

黄朝晓(广西经济管理干部学院会计系主任)

黄彪虎(广西经贸职业技术学院经贸系主任)

葛 莉(桂林航天工业高等专科学校经济与贸易系主任)

韩海燕(广西交通职业技术学院管理系主任)

覃学强(广西职业技术学院经贸系主任)

韩江河(南宁职业技术学院商学院院长)

熊小庆(广西外国语学院国际经济与贸易学院常务副院长)

廖福英(广西国际商务职业技术学院市场流通系主任)

前言

在 Internet 日益普及的今天,互联网的触角已延伸到社会生活的各个方面。无论是政府机关、企事业单位还是个人,大都建立了自己的网站。为适应社会的需要,我们以“基于工作过程”的课改思想为指导,以真实项目开发过程为主线,以网页设计(制作)、网站建立的实际工作流程和工作任务为原型编写此教材,培养读者的职业素质和职业技能。

本书主要包括网站项目寻找、网站规划、网站版面设计、网站项目确定、静态页面制作、站点中的 Flash 技术、ASP 基础、数据库的基础知识、新闻发布系统的制作、将静态页面做成动态页面等十个章节。介绍了在 Dreamweaver 环境中制作网页和建立网站的基本技术,以制作一个系部网站为教学目标,每一章以一个具体的工作项目为教学任务,从而使学生掌握网站设计、建设的一整套工作流程和技能。本书选用的 Dreamweaver、Flash 等工具软件和技术都是目前最流行的,保证了学生设计理念的先进性。

本书的编写突出项目导向、工学结合的教学思路,建立以工作过程为框架的现代职业教育课程结构。无论是在项目的组织上,还是在项目中各任务的组织上,均采用由易到难、循序渐进的方式,符合读者的认知规律,通过完成各个工作任务,掌握网站建设、网页制作中的流程、方法和技巧。本书由深入教学一线的多名高职高专教师及从事该行业多年的业内人士共同编写,体现了工学结合、注重实践能力的思想,着重培养学生独立思考问题和主动解决问题的能力,力求在学习的过程中积累实际工作的经验,从而突出职业教育的特色。

本书由广西职业技术学院经贸系江文老师总体设计及最后统稿,广西职业技术学院王东担任副主编。参加本书编写、校对和教材资源开发的还有广西职业技术学院的宁轲、李卓凡、苏慧,南宁索通网络有限公司的游江南、农海燕和赵俊等。

本书主要适合作为高职高专类院校的电子商务、计算机应用、信息管理及数字艺术等专业的教材,还可作为网站建设、网页制作从业人员和爱好者参考用书,也可供做课程设计或毕业设计学生参考。

本书在编写过程中,得到了南宁索通网络有限公司游江南总经理、农海燕副总经理和工程师赵俊的大力支持,他们在仔细审阅了初稿后提出了许多宝贵意见和建议,在此表示衷心的感谢。同时,感谢中南大学出版社对本书的关心和支持。

作者在编写本书的过程中,以科学、严谨的态度,力求精益求精,但由于时间仓促,错误、疏漏之处在所难免,敬请广大读者批评指正,以便再版时加以修正。我们的邮箱为:wzjswyzz@163.com。

目 录

第1章 网站项目寻找	(1)
1.1 准客户信息收集	(1)
1.1.1 企业黄页	(1)
1.1.2 企业发布的广告	(1)
1.1.3 政府、组织发布的信息	(1)
1.1.4 合作伙伴	(1)
1.1.5 老客户推荐	(2)
1.1.6 竞争对手	(2)
1.2 准客户筛选	(2)
1.3 与准客户初步接触	(2)
1.3.1 电子邮件	(2)
1.3.2 网络即时通信	(3)
1.3.3 上门拜访	(3)
1.3.4 电话营销	(4)
第2章 网站规划	(7)
2.1 网站规划的基本内容	(7)
2.1.1 建立网站的目的	(7)
2.1.2 域名和网站名称	(7)
2.1.3 网站的主要功能	(8)
2.1.4 网站技术解决方案	(8)
2.1.5 网站风格选择	(8)
2.1.6 网站内容规划	(8)
2.1.7 网站测试和发布	(9)
2.1.8 网站推广	(9)
2.1.9 网站维护	(9)
2.1.10 网站财务预算	(9)
2.2 如何编写网站规划书	(9)
第3章 网站版面设计	(14)
3.1 网站版面设计概述	(14)
3.1.1 定布局	(14)
3.1.2 定配色方案	(18)

3.1.3 绘制草图	(18)
3.1.4 根据草图绘制出效果图	(19)
3.2 网站图片收集、汇总和命名	(19)
3.2.1 图片的收集	(19)
3.2.2 图片的分类、汇总和命名	(20)
3.3 网站图片处理和美化	(20)
3.3.1 图片处理概述	(20)
3.3.2 目前流行的图片处理工具	(20)
3.3.3 常用图片处理功能介绍	(22)
第4章 网站项目确定	(35)
4.1 网站规划和效果图微调原则	(35)
4.2 《网站制作协议书》的制作和签订	(36)
4.3 网站域名、空间申请	(38)
4.3.1 域名申请	(38)
4.3.2 空间申请	(38)
4.3.3 域名、空间申请完毕后该如何设置网站	(39)
4.4 图片切割及技巧	(40)
第5章 静态页面制作	(42)
5.1 创建经管系网站站点	(42)
5.2 Dreamweaver CS3 部分功能菜单简介	(45)
5.3 建立网页头部文件 top.asp	(46)
5.4 页面布局	(50)
5.5 Div + CSS 布局	(51)
5.5.1 CSS 语法格式组成部分	(51)
5.5.2 基本格式	(51)
5.5.3 类选择符	(52)
5.5.4 ID 选择符(参考本书案例 style.css 文件)	(52)
5.5.5 包含选择符	(52)
5.5.6 样式表和 HTML 文件相关联的方法	(52)
5.5.7 注释	(54)
5.6 利用 Div + CSS 建立首页文件	(54)
5.6.1 创建 style.css 文件	(54)
5.6.2 将 CSS 文件内容应用到首页 index.asp 中	(56)
5.6.3 完成内容详细页 show.asp 的制作	(57)
第6章 站点中的 Flash 技术	(60)
6.1 顶端 Flash 的制作及插入	(60)

6.2 Flash 时钟的制作	(76)
第7章 ASP 基础	(87)
7.1 网络程序设计语言概述	(87)
7.1.1 静态网页工作原理	(87)
7.1.2 动态网页工作原理	(87)
7.1.3 ASP 概述	(88)
7.1.4 ASP 的运行环境	(88)
7.1.5 IIS 服务器的安装和配置	(88)
7.1.6 ASP 文件的组成及注意事项	(90)
7.2 VBScript 知识介绍	(91)
7.2.1 变量的声明	(91)
7.2.2 变量的赋值	(91)
7.2.3 变量的引用	(91)
7.2.4 VBScript 数组	(91)
7.3 VBScript 运算符	(92)
7.3.1 算术运算符	(92)
7.3.2 常用的比较运算符	(92)
7.3.3 常用的逻辑运算符	(92)
7.3.4 连接运算符	(93)
7.4 VBScript 函数	(93)
7.5 VBScript 过程	(94)
7.5.1 Sub 子程序	(94)
7.5.2 Function 函数	(94)
7.6 条件语句和循环语句	(95)
7.6.1 If...Then...Else 语句	(95)
7.6.2 Select Case 语句	(96)
7.6.3 循环语句	(96)
7.7 注释语句和容错语句	(97)
7.7.1 注释语句	(97)
7.7.2 容错语句	(98)
7.8 ASP 中常用的对象	(98)
7.8.1 Request 对象	(98)
7.8.2 Response 对象	(102)
7.8.3 Session 对象简介	(102)
第8章 数据库的基础知识	(104)
8.1 新建数据表和维护数据表	(104)
8.2 SQL 语言简介	(106)

8.2.1	Select 语句	(106)
8.2.2	Insert 语句	(107)
8.2.3	Delete 语句	(107)
8.2.4	Update 语句	(107)
第9章	新闻发布系统的制作	(108)
9.1	数据库的连接	(108)
9.2	用户登录网站后台	(109)
9.3	新闻添加页面的制作	(110)
9.4	新闻管理页面的制作	(114)
9.5	删除新闻页面的制作	(117)
第10章	将静态页面做成动态页面	(118)
10.1	在首页 index.asp 中添加动态内容	(118)
10.1.1	给“经管之星”栏目添加动态内容	(118)
10.1.2	给“新闻中心”栏目添加动态内容(包括图片)	(119)
10.1.3	添加“公告”动态内容	(121)
10.1.4	给“图片新闻”栏目添加内容	(121)
10.1.5	给“学生工作”栏目添加内容	(123)
10.2	在新闻显示页面 show.asp 中添加动态内容	(125)
10.3	制作“系部简介”各栏目的动态内容	(126)
10.4	制作“新闻动态”和“党团建设”各栏目的动态内容	(127)
10.5	“领导信箱”,“系部明星”,“本站留言”各栏目制作说明	(130)
参考文献		(132)

第1章 网站项目寻找

能力目标:

1. 懂得如何收集有用的客户信息
2. 懂得如何与你的准客户进行初步交谈

很多时候,我们所接的网站项目并不是客户自主找上门来的,那么我们要想有项目做那就得主动出击,通过不同途径来增加我们的网站业务量。本章将着重介绍如何为我们的企业拉到更多业务的要点。

1.1 准客户信息收集

客户信息资料是网站开发企业了解市场的重要工具之一,通过它可以连续了解客户实际情况,从中看到客户的企业动态,并能据此对市场动态做出判断,对于企业的经营销售和客户服务工作起着至关重要的参谋作用。因此,在实际工作中,我们应该注意客户信息资料的收集、整理,并予以充分运用。客户信息资料收集的方法主要有:

1.1.1 企业黄页

企业黄页上通常汇集了一定地区内大部分企业的企业名称、地址、企业网站、电话号码,甚至产品或服务优势的信息,是信息收集的一大来源。

1.1.2 企业发布的广告

电视、报纸上做的广告,路边竖的广告牌,走在路上有人发的或者商场里自己取阅的宣传彩页也是信息搜集的来源,因为它们上面也同样有着企业的相关信息。

上面两种方法收集的信息是海量的,并不都是我们想要的,我们的收集目标是:还没有产品或服务发布网站的企业,或者已经有了网站但功能、美观仍有很大改进空间的企业。明确了这一点后,我们就可以将有用的信息记下,以便进一步进行筛选。

1.1.3 政府、组织发布的信息

工商和税务信息,政府各部门的信息中心发行的内部刊物都包含着一定区域的企业信息,此方式来源的信息具有准确度高的优点。

1.1.4 合作伙伴

我们到处找网站项目的同时也别忘了身边的这些资源,他们是最有可能为我们带来项目的客户。

1.1.5 老客户推荐

老客户的推荐通常是他们对我们之前的服务的认可,通过他们的推荐我们可得到一些意向性很强的客户,再通过老用户的成功应用,现身说法,从而提高签单的成功率。

1.1.6 竞争对手

关注竞争对手网站及发布信息的渠道和市场活动,从竞争对手的代理商或者客户上发掘信息;持续跟踪竞争对手签走的客户信息,了解、掌握、跟进当地市场各行业质量高的客户,即使现在没有需求,即使是竞争对手的客户,也应随时掌握他们的变化,争取交叉升级,可从竞争对手中发现一些机会,例如服务、实施不好的,客户需求扩展的。

1.2 准客户筛选

准客户是指可能购买产品或服务的客户。前面收集了海量信息,但并不是百分之百对我们有用,所以有必要筛选出对我们有用的那部分信息,这就是准客户的筛选。

我们要先对所收集信息的企业进行一个整理和分析:

(1)该企业的产品或服务是否有宣传上的需求?

(2)是否建设有企业网站?若已经有了企业网站,我们还能它为它做什么样的改进,以更利于它的发展?

(3)根据该企业的现实状况,愿意出钱做网站的几率有多大?

根据以上3点就可以筛选出我们的准客户了,接下来就是对筛选出来的准客户进行拜访了。

1.3 与准客户初步接触

与准客户接触的方式有以下几种:电话营销、上门拜访、网络即时通信、电子邮件。这几种方法各有优缺点。

1.3.1 电子邮件

效果较差但比较省事的是电子邮件,那么我们如何给准客户写第一封电子邮件呢?

首先是我们的邮件不要被客户的邮件服务器设为垃圾邮件。其次是避免客户看了邮件的标题就直接删除邮件。再次就是要确定好看这封信的人是否在公司里有决定权,如果不是他关心的内容,就可能被他当做垃圾邮件随手删掉了,所以说在这个过程中运气也蛮重要的。因此,邮件式的开发客户模式用一句话归结起来就是:要在合适的时间、以合适的方法发给合适的人,再加上好运气。

(1)合适的时间:什么时候发信有关系吗?答案是肯定的,而且关系很大。一般来说周一不适合发信,因为通常周一客户的邮箱会充满业务信件或是垃圾邮件,这时候他处理邮件就没那么认真了,也许随便扫一眼就拖进垃圾箱了;对时差相差较大的客户比如欧洲和中东印度的客户比较适合在下午发邮件,他们可以在工作时间内马上看到邮件,这对提高他们的

回复率至关重要。一般来说,发信的时间最好集中在周二、周三、周四会比较好,周五由于临近周末,客户需要处理的事情会比较多,可能比较忙,这时候客户可能也不会那么认真看你的业务推荐信了。所以发信一定要注意把握时间,这是提高回复率的有效手段。

(2)合适的方法:首先保证第一封推荐函一定不要群发。在我们平时以纯电子邮件方式进行开发业务的电子商务过程中,搜寻客户的方式可能有多种,但如何让客户看了你的广告函后回你信好像也没有人可以绝对保证他能做到——事实上并没有一种方式可以保证你的目标客户一定会理你,我们只能尽量写一封比较对大众胃口的推荐信以提升客户去看信的欲望及打开信后耐心看完信的兴趣,并让客户了解介绍的内容后产生某些想法——想法是客户回信的动力,回复才是硬道理。当然,一封写得再好的信发过去如果被对方的服务器列为垃圾邮件那也等于零;如果通过了服务器但客户一看标题感觉有垃圾邮件的味道不看直接删除的也等于零;客户看了以后没什么感觉那基本上也等于零。只有客户看了感觉有点价值,虽然没有马上回复但归档处理,理论上说这还有点意义,因为等他有需要时脑海里想起你后还会翻出来联系联系;当然,唯一有意义的就是客户看了你的邮件之后直接回复你。所以适当地根据回复率调整信函的内容和方式也是很重要的,记得第一封信最好不要写得太长或是太格式化,最好有点新意,不要跟别人发的广告信一样没创意,那谁都不会有兴趣看下去的。

(3)合适的人:你的信谁看了最有效,这是你发信前要考虑的问题,最好直接找到这个人,当然如果找不到该人的实际姓名只好直接称呼职务+先生/女士了;不过强烈建议联系的时候最好能够找到这个人的名字和个人邮箱地址,这样会大大提高信的回复率。如果真的找不到这个负责人的个人邮箱地址,那只好退而求其次发到该公司的公共邮箱,让他们公司负责处理邮件的人转发了。可以说找到正确的人是提高回复率这一环里最重要的一步,找到这个可以做决定的人才有可能以最直接的方式打开局面进行顺畅的业务沟通。

1.3.2 网络即时通信

网络即时通信分为主动和被动,通常我们主动收集到的是企业客服的信息,而企业的客服一般是不会同你聊本企业产品之外的东西的,这样对方成为你客户的几率是极小的。而被动的即时通信是指:准客户在浏览到你公司的网站后自主点击“网站前台”就可以与企业后台人员建立即时通信,此时我们就要注意客户发过来的每一句话,把握对方的心理和实际需求,并做到及时回复对方,双方才有可能进一步谈及网站业务。

1.3.3 上门拜访

比较费时的是上门拜访,那么上门拜访我们应注意什么呢?

1. 让客户多说

营销人自己的角色只是学生和听众;而让客户出任的角色是导师和讲演者。前期的准备工作:有关本公司及业界的知识、本公司及其他公司的产品知识、有关本次客户的相关信息、本公司的网站制作及定价方针、广泛的知识、丰富的话题、名片、电话号码簿。

2. 拜访流程设计

(1)打招呼:在客户未开口之前,以亲切的音调向客户打招呼问候。如:“×经理,早

上好!”

(2)自我介绍:介绍公司名称及自己的姓名,并将名片双手递上。在与客户交换名片后,对客户抽时间见自己表达谢意。如:“这是我的名片,感谢您抽出时间让我见到您!”

(3)破冰:营造一个好的气氛,以拉近彼此之间的距离,缓和客户对陌生人来访的紧张情绪。如:“×经理,我是您部门的××介绍来的……”

(4)开场白的结构:提出议程;陈述议程对客户价值;时间约定;询问是否接受。如:“×经理,今天我是专门来向您了解你们公司对××产品的一些需求情况,通过知道你们明确的计划和需求后,我可以为你们提供更方便的服务,我们谈的时间大约只需要5分钟,您看可以吗?”

(5)巧妙运用询问术,让客户说。

①设计好问题漏斗,通过询问客户来达到探寻客户需求的真正目的,这是营销人员最基本的销售技巧。在询问客户时,问题面要采用由宽到窄的方式逐渐进行深度探寻。如:“×经理,您能不能介绍一下贵公司今年总体的商品宣传方式和目前的销售情况?”“贵公司在哪些方面重点需求?”“贵公司对××产品的宣传需求情况,您能介绍一下吗?”

②结合运用扩大询问法和限定询问法。采用扩大询问法可以让客户自由地发挥,让他多说,让我们知道更多的东西;采用限定询问法可让客户始终不会远离会谈的主题,限定客户回答问题的方向。在询问客户时,营销人员经常会犯的毛病就是“封闭话题”。如:“×经理,贵公司的产品宣传需求计划是如何报审的呢?”这就是一个扩大式的询问法;如:“×经理,像我们提交的一些宣传计划是需要通过您的审批后才能在下面的部门去落实吗?”这是一个典型的限定询问法;而营销人员千万不要采用封闭话题式的询问法,代替客户作答,以免造成对话的中止,如:“×经理,你们每个月销售××产品大概是6万元,对吧?”

③对客户谈到的要点进行总结并确认。根据会谈过程中所记下的重点,对客户所谈到的内容进行简单总结,确保清楚、完整,并得到客户一致同意。如:“×经理,今天我跟您约定的时间已经到了,今天很高兴从您这里听到了这么多宝贵的信息,真的很感谢您!您今天所谈到的内容一是关于……二是关于……三是关于……对吗?”

(6)结束拜访时,约定下次拜访内容和时间。在结束初次拜访时,营销人员应该再次确认一下本次来访的主要目的是否达到,然后向客户叙述下次拜访的目的、约定下次拜访的时间。如:“×经理,今天很感谢您用这么长的时间给我提供了这么多宝贵的信息,根据您今天所谈到的内容,我将回去好好地做一个宣传网站制作计划方案,然后再来向您汇报。我下周二上午将方案带过来让您审阅,可以吗?”

虽然在日常业务中不少公司有很多业务是陌生拜访的成果,但还是建议假如不是合作伙伴或者老客户的推荐,尽量少用此方式,试问,一天时间你能拜访多少个准客户?更何况有些不是本市的。

1.3.4 电话营销

比较实用的当选电话拜访,电话拜访也叫电话营销。打电话前的准备要点:环境尽量安静,不受外界影响;备好纸和笔,随时做好记录;心态要放平稳,语气要轻缓,态度不急不躁。

表 1-1 电话流程

阶段	目的	对象	示例
开场白	通过准确适当的话语。迅速获取未曾谋面客户信任	A	喂,您好,请问您是王××先生吗?
		B	我是,请讲。
		A	不好意思,打扰您了。我们这里是××网络公司,今天给您联系主要有两个目的,第一是想了解一下您经常在网上看别人的产品吗?第二是贵公司目前都用哪些产品宣传方式呢?
		B	对不起,不感兴趣/我们不需要/我们不做网上宣传/别再烦我了/——马上挂断
逻辑引导	迅速摸清对方情况,同时介绍公司优势,首要目的是邀请对方到公司来,退而求其次为其他联系方式	A	请问王先生您的公司效益如何?目前是亏损还是收益?
		B	效益一般般,还过得去。
		A	哦,那也相当了不起了,我也有个朋友在你们这个行业,但都是在不出名的企业里,他整天喊着公司效益不好,老是拖欠他的工资,真佩服你的领导能力。
		B	是吗?你的朋友都在什么企业?按理说我们这个行业目前都还相当不错的啊。
		A	(给对方列举一个本地知名的、与对方同一个行业的企业)
		B	不是吧,你不能乱听他吹,他所在的企业都是效益很好的。
		A	是吗?我在网上搜出了他们公司的宣传网站了,还蛮详细的,难怪了,王先生我想你们的企业也应该有自己的企业网站吧。
		B	哦,没有,不过想法是有的,具体实施方案还没研究出来。
		A	哦,我想这个我们公司可以帮您,这样也就不用浪费您太多的宝贵时间了,您看什么时候方便我亲自带一个贵公司宣传网站的制作方案给您呢?明天早上10点,还是下午3点呢?
		B	哦,还是等我想清楚吧,这个先不急。
		A	那这样子好了,王先生,现在我们简单的向您介绍一下我们公司的网站服务体系,您看可以吗?
		B	你说说看。
		A	(公司服务优势介绍,以及真实案例特别是其相近行业的网站案例)
		A	王先生,我说了那么多恐怕连你也听得累了,还是亲自到贵公司来再一一向您介绍比较好,您看明天什么时候方便,上午10点,还是下午3点呢?
		B	明天不方便,下次吧。
		A	没关系王先生,我们下周再和您联系,您看行吗?
		B	可以。
结束语	表示感谢和祝福	A	好的,谢谢您王先生。很高兴您接听电话,祝您投资发财,一切顺利!再见!
		B	好的,再见!

以上几种与准客户接触的方式的前提是你必须做到三点：

第一，对自己的产品知识也就是网站知识一定要充分熟悉和了解。做到能随时回答客户的任何疑难问题，这才是业务成功的根本。

第二，作为一名成功和合格的营销人员，一定要懂得抓住客户的需求，要善于去听，去挖掘，去寻找对方的需求。你只有用心地听客户说，用心地和客户交流，才会从客户的言语中了解到他的想法，并及时抓住他的购买欲望，只有这样才能达到销售的目的。

第三，事先设置一下客户可能会反问你的问题，这样才会做到有备无患，对答如流。

第2章 网站规划

能力目标:

1. 懂得确定一个企业的网站风格、网站规划的基本内容
2. 学会如何编写网站规划书

一个专业的网站建立在合理的网站规划前提之下,网站规划既有战略性的内容,也包含战术性的内容,网站规划应站在网络营销战略的高度来考虑,战术是为战略服务的。网站规划是网站建设的基础和指导纲领,决定了一个网站的发展方向,同时对网站推广也具有指导意义。网络营销计划侧重于网站发布之后的推广,网站规划侧重于网站建设阶段的问题,但网站建设的目的是为了开展网络营销的需要,因此应该用全局的观点来看待网站规划,在网站规划阶段就将计划采用的营销手段融合进来,而不是等待网站建成之后才考虑怎么去做营销。网站规划的内容对网络营销计划同样具有重要意义,具有与网络营销计划同等重要的价值,二者不可互相替代。网站规划的主要意义就在于树立网络营销的全局观念,将每一个环节都与网络营销目标结合起来,增强针对性,避免盲目性。

2.1 网站规划的基本内容

根据不同的需要和侧重点,网站的功能和内容会有一定差别,但网站规划的基本步骤是类似的。一般来说,一份完整的网站规划书应该包括下列内容。

2.1.1 建立网站的目的

这是网站规划中的核心问题,需要非常明确和具体。建立网站的目的也就是一个网站的目标定位问题,网站的功能和内容,以及各种网站推广策略都是为了实现网站的预期目的。建立网站可以有多种目的,例如从事直接网上销售、作为产品信息发布工具、信息中介服务、教育和培训等,不同类型的网站其表达方式和实现手段是不一样的。

2.1.2 域名和网站名称

一个好的域名对网络营销的成功具有重要意义,网站名称同域名一样具有重要意义,域名和网站名称应该在网站规划阶段就作为重要内容来考虑。有些网站发布一段时间之后才发现域名或者网站名称不太合适,需要重新更改,不仅非常麻烦,而且前期的推广工作几乎没有任何价值,同时对自己网站形象也造成一定的伤害。这种现象在早期的一些网站中很普遍,例如搜狐(sohu.com)曾用sohoo.com.cn作为域名,网易(netease.com)的前身是nease.net,而新浪网(sina.com.cn)早期的域名是srsnet.com。虽然这些网站现在都已发展成为国内著名的门户网站,且在美国纳斯达克成功上市,但是,从它们域名的演变也可以看出当初曾经走过的弯路,值得我们认真思考和借鉴。

2.1.3 网站的主要功能

在确定了网站目标和名称之后,就要设计网站的功能了。网站的功能是为用户提供服务的基本表现形式。一般来说,一个网站有几个主要的功能模块,这些模块体现了一个网站的核心价值。

2.1.4 网站技术解决方案

根据网站的功能确定网站技术解决方案,应重点考虑下列几个方面:

- (1)是采用自建网站服务器,还是租用虚拟主机;
- (2)选择操作系统,用 Unix, Linux 还是 Window2000/NT。分析投入成本、功能、开发、稳定性和安全性等;
- (3)采用系统性的解决方案,如惠普等公司提供的企业上网方案、电子商务解决方案,或是自行开发;
- (4)网站安全性措施,防黑、防病毒方案;
- (5)相关程序开发,如网页程序 ASP、JSP、.NET、CGI、数据库程序等。

2.1.5 网站风格选择

网站风格大体上分为:功能型和展示型。

(1)功能型:网站在美工设计上可能不适合大张图片,在数据功能上比较强,比如搜索、会员注册等。一般企业网、购物网、大型门户、交友网等属于这类型网站。

(2)展示型:追求视觉上的美丽,对功能要求不高,在美工、设计上要有强烈的视觉感。一般美容网、女性用品网、服饰网等属于这类型网站。

我们在做网站的时候往往都在想什么样的网站风格才能吸引更多的浏览者,才能让顾客满意。那我们就要从网站的各个结构分析了。首先是网站布局、网站框架方面,我们可以用表格和 Div 的框架布局,表格相对 Div 而言要简单快捷得多,但是功能没 Div 强大,所以我们做中大型的网站都可以用 Div,而小型网站可以用表格做。网站的宣传广告一定要放在重要鲜明的位置,导航一般在网页的上方,或是广告的上方。色彩方面,主要取决于做什么类型的网站,如果是购物网,主题颜色要鲜明的亮色系列,比如橙色、粉红色等。内容文字方面,字不能太小也不能太大,适中就好,必要的时候给有些标题添加点颜色。另外,还可以做一些特效,让网页看起来更生动活泼,如 Flash、Java script、Java applets、DHTML 等。

2.1.6 网站内容规划

不同类别的网站,在内容方面的差别很大,因此,网站内容规划没有固定的格式,需根据不同的网站类型来制订。例如,一般信息发布型企业网站内容应包括公司简介、产品介绍、服务内容、价格信息、联系方式、网上订单等基本内容;电子商务类网站要提供会员注册、详细的商品服务信息、信息搜索查询、订单确认、付款、个人信息保密措施、相关帮助等;综合门户类网站则将不同的内容划分为许多独立的或有关联的频道,有时,一个频道的内容就相当于一个独立网站的功能。