

张易轩◎著

WANGLUO YINGXIAO TUIGUANG
YU SHIZHAN BAODIAN

独家揭露网络营销的成功密码
让你学会赚够赚足的营销法则

网络营销推广 与实战宝典



网络是虚拟的，
但营销的成败却是现实的

中国商业出版社

张易轩◎著

WANGLUO YINGXIAO TUIGUANG
YU SHIZHAN BAODIAN

网络营销推广 与实战宝典

网络是虚拟的，
但营销的成败却是现实的

中国商业出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

网络营销推广与实战宝典 / 张易轩著. —北京:
中国商业出版社, 2013. 10
ISBN 978 - 7 - 5044 - 8280 - 8

I. ①网… II. ①张… III. ①网络营销 IV.
①F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 256591 号



责任编辑: 张超美

中国商业出版社出版发行
010 - 63180647 www.c-cbook.com
(100053 北京广安门内报国寺1号)
新华书店总店北京发行所经销
三河市龙大印装有限公司

*

710 × 1000 毫米 16 开 14 印张 208 千字
2014 年 6 月第 1 版 2014 年 6 月第 1 次印刷
定价: 32.00 元

* * * *

(如有印装质量问题可更换)



前言

今天，如果想足不出户就买到你想要的东西，现在有铺天盖地的电视广告，你可以直接通过电视购物买到心仪的东西。如果你嫌电视购物商品太贵或者商品种类太少，那也可以选择在网上购物，鼠标轻轻一点，你想要的东西很快就能送上门了。

在这个追求高效快捷的时代，还有谁愿意花时间精力特意去“深巷”中寻找“美酒”呢？如果你是一个生意人，如果你还抱着“酒香不怕巷子深”的想法，你要经营的商品或许就会无人问津。

生活中，网上世界令人眼花缭乱。如果想要顾客主动去购买你的产品，就太不切实际。网上购物看不到实物，“酒”是否好，需要你大力宣传后，顾客才会有初步的信任。所以，要销量，首先要让你的产品浮出水面。这就是商品需要营销推广的原因所在。只有努力对自己的网店进行推广营销，让买家了解你的网店和你的商品，并且建立起对你的信任，对方才有可能购买你的商品。

可见，好产品是基础，而长期有效的营销推广则决定着产品销量和你的店铺是否能存活。简单来说，网店营销推广就是通过各种宣传方式让更多网民打开你的网店、认识你的产品并产生购买的过程。

网店营销推广可以是详尽的产品描述展示，也可以是网络广告的强势攻击，更可以是老顾客的口碑宣传，还可以是线下的传统媒体宣传。总之，不管采用哪种方式，目的都一样：让你的店铺、你的产品走到顾客面前，并通过各种方式让他们购买。

在网上做生意就好比在大海里捕鱼。捕鱼有两种方式，一种是用渔叉，看准一条叉一条，逐条捕捞。前提是要先看到鱼才能捕。另一种方式就是用渔网，在鱼多的地方撒网，一次就可以捕到很多鱼。可以肯定的是，渔网越大，撒的次数越多，能捕到的鱼也就越多。这种方式属于主动出击，即使看不到鱼，也有可能捕到鱼。《网络营销推广与实战宝典》是教会你如何锁定“鱼群”、如何“撒网”和“捕鱼”的宝典，让更多的网店老板轻轻松松做生意。



第一部分 了解网店营销——掌握网络营销知识

第一章 网络营销推广综述 / 3

网络营销的含义 / 3

网络营销与电子商务 / 5

为什么要学习网络营销 / 5

网络推广与网络营销的区别 / 6

分清网站建设、网络营销、网络推广和 SEO / 7

网店营销推广的重要性 / 9

网店营销推广的策略 / 10

如何制定网店营销计划 / 11

网店营销计划案例实操 / 12

第二章 网络营销四步引导法和效果监测 / 15

第一步：确定营销推广的目标 / 15

第二步：找准目标用户 / 17

第三步：找到用户集中平台，有针对性地亮宝 / 18

第四步：确定策略和方法，执行到底 / 21

如何进行营销效果监控与评测 / 22

第三章 了解网络广告 / 25

网络广告的特点与优势 / 25

了解传统网络广告的形式 / 28

网络广告策划的步骤 / 31

网络广告的策划技巧 / 33

网络广告的投放 / 34

第四章 网络营销面临的安全威胁 / 36

计算机病毒 / 36

黑客 / 39

黑客如何攻击 / 40

针对卖家的常见骗术 / 41

网上银行犯罪的主要形式 / 44

网上银行交易的主要自我保护措施 / 45

第二部分 网络推广方法——让更多人知道你的店

第一章 淘宝直通车推广 / 49

淘宝直通车推广优势 / 49

制订淘宝直通车推广计划 / 50

激活淘宝直通车 / 51

淘宝直通车关键词 / 52

类目搜索及修改类目出价 / 54

提升淘宝直通车的推广效果 / 56

第二章 “淘宝客”与“淘江湖”营销 / 58

怎样使用淘宝客 / 58

淘宝客推广法则 / 59

怎样设置“淘江湖” / 60

用“淘江湖”发表日志推广 / 61

第三章 IM 推广 / 63

QQ 推广的特点 / 63

适合 QQ 的推广 / 64

QQ 设置技巧 / 66

QQ 沟通技巧 / 69

加群注意事项 / 71

建群注意事项 / 73

QQ 群推广技巧 / 74

第四章 RSS 推广 / 78

了解“RSS” / 78

RSS 推广 / 79

推广的方法 / 80

其他聚合式推广 / 81

第五章 友情链接 / 83

友情链接的作用 / 83

什么是优质的链接 / 85

获取链接的渠道 / 86

第六章 论坛推广 / 88

论坛的推广阶段 / 88

论坛推广操作步骤 / 91

第七章 图片推广 / 96

图片推广的特点 / 96

图片推广的形式 / 97

第八章 博客推广 / 99

博客基本知识 / 99

博客群建 / 100

第九章 SNS 推广 / 102

了解 SNS / 102

账号策略 / 103

转贴 / 105

第十章 问答推广 / 106

问答推广的特点 / 106

回答问题 / 107

第十一章 百科推广 / 110

百科推广特点和作用 / 110

如何创建有效的百科词条 / 111

第三部分 网店营销实操——让买卖红火起来

第一章 微博营销 / 115

- 微博营销的特点 / 115
- 网店开微博的必要性 / 116
- 网店微博的定位 / 117
- 网店微博营销战术 / 118
- 热微博 / 119
- 微博风格 / 120

第二章 帮派营销 / 122

- 什么是营销“帮派” / 122
- 创建营销帮派 / 123
- 购买帮派广告位 / 124
- 怎样管理自己的帮派 / 126
- 帮派营销之发贴和“淘团购”帮派 / 127

第三章 “人气宝贝”营销 / 129

- “人气宝贝”是怎么来的 / 129
- “人气宝贝”的选择 / 131
- “人气宝贝”的推广 / 132

第四章 口碑营销 / 135

- 口碑营销的特征 / 135
- 口碑营销的意义 / 136
- 如何进行口碑营销 / 137

第五章 E-mail 营销 / 141

E-mail 营销的特点 / 141

电子邮件的组成 / 143

制订 E-mail 营销的策略 / 145

E-mail 营销的注意事项 / 148

第六章 数据库营销 / 151

数据库营销的特点 / 151

数据库营销的作用 / 152

数据库营销的实施步骤 / 154

第七章 网络游戏植入营销 / 158

网络游戏植入营销的特点 / 158

网络游戏植入营销的方式 / 159

第八章 “病毒”式营销 / 162

什么是“病毒”营销 / 162

制造“病毒” / 163

发布“病毒”以及再传播 / 165

第九章 SEM 营销 / 167

SEO / 167

网站应该如何优化 / 169

竞价排名 / 169

百度底层营销 / 171

第十章 促销 / 173

促销的作用 / 173

促销时机和商品的选择 / 174

促销的几种方式 / 176

什么是“满就送” / 180

第十一章 播客营销 / 183

播客营销的特点 / 183

实战要点以及策略 / 185

第四部分 实战经典案例——向成功网店学经营

第一章 服装服饰类网店 / 189

选好卖的产品：武汉校园最牛内衣王 / 189

没有交集的合作：某品牌女装的启示 / 191

顾客至上：网上卖鞋的成功之路 / 193

第二章 化妆品类网店 / 195

以特色招徕顾客：卖自治治痘痘的神奇网店 / 195

以服务和诚信取胜的化妆品店 / 197

魔幻网络销售：网上可以卖泥巴 / 199

第三章 地方食品、特产类网店 / 201

网络可以改变你：网上卖瓜不用自夸 / 201

因地制宜：老师的大别山商品交易网 / 203

第四章 家居类网店 / 205

跟风没有错：苏北的“中国宜家” / 205

找对平台让草变宝：草席揽来千万订单 / 206

第五章 工艺品类网店 / 208

生意有捷径：网上做成大生意 / 208

一个家庭主妇的生意：淘宝网上卖铜器 / 209

不起眼的买卖：无心插柳的“木玩世家” / 211

第一部分

了解网店营销
——掌握网络营销知识



第一章

网络营销推广综述

在平常与人交流时，经常听到有人讨论“开网店要不要学网络营销”的问题。如果现在还在讨论这个问题，实在很可笑，或者说，从思想意识上已经落后了。社会发展到今天，已经不是要不要学的问题，而是网络营销已经深入到我们日常生活之中，你无可回避。

网络营销的含义

由于因特网的发展速度之迅速有目共睹，用户以几何级数不断增加，已经日益受到众多商家的青睐，也被世人看作是继广播、报纸、杂志、电视之后的第五种媒体——数字媒体。

各家网店为了在网上扩大影响、发布信息、推广产品、发布广告，纷纷建设了自己的网站。同时，基于网站的网络营销的应用也颇具前景。网络营销的广泛应用已经成为新世纪一种不可避免的趋势。

那么，究竟什么是网络营销呢？

世界著名的营销大师菲利普·科特勒曾经这样定义，营销（Marketing，或称为市场营销）是“个人和群体通过创造并同他人交换产品和价值以满足需求和欲望的一种社会和管理过程。”通俗地说，也就是公司和顾客之间的交流，这种交流将会影响顾客的思想，使其产生购买公司的产品或服务的意愿。

所谓网络营销是指企业以现代营销理论为基础，利用因特网（也包括

企业内部网和外部网)的技术和功能,最大限度地满足顾客的需求,以开拓市场、增加企业盈利水平的经营过程。它属于一种最新的直销营销形式,是用因特网替代了传统的媒介,实质上就是借助互联网对产品的售前、售中、售后各环节进行跟踪服务,并自始至终贯穿在企业经营的全过程中,包括市场调查、客户分析、产品开发、销售策略、反馈信息等各个方面。

网络营销的概念还涉及到数字营销(Digital Marketing),它们属于一个事物的两个方面。数字营销主要强调营销之中的信息交流所运用到的数字化信息技术,它是互联网正常运转的基础。数字化则是把文本、数据、声音和图像等转化成“比特”流,并用一连串的“1”和“0”数字组成的代码来表示,可以极大地提高信息传输的速度。数字营销的核心内容是互联网,但它所改变的不仅仅是手段,还有营销模式。

许可式营销也是与网络营销密切相关的一个概念。“许可”之意为根据顾客的意愿而非强制推销。这也是因特网对传统信息传播机制的改变所带来的一个新概念。传统的营销方式所依赖的传播媒体,其信息传播机制是强迫式、单向的,而因特网的信息沟通机制是一种双向的、个性化定制式的,其主要原则是按照用户的意愿、请求发送一些相关的信息。比如,用户在登录注册某网站时表示有汽车信息的需求,网站就会将大量最新的汽车信息源源不断地发送到他的电子信箱里,直到他不再需要为止。

网络营销的出现,使我们对市场营销的理解有了新的认识,“完整的价值提供过程,并超越公司内部传统的分工界限。”这才是网络给我们对市场营销带来的新的理解。