

101 Ways to Promote Your Web Site Seventh Edition

“自从我开始采用本书所推荐的推广方法，我的网络销售额已经
从每个月1200美元提高到每年超过100万美元……”

——Brian Tracy, 畅销书《Maximum Achievement》作者
(该书被翻译成22种文字, 销量超过100万册)

锦囊妙计 网站推广101招

[美] Susan Sweeney 著 李翔昊 蔡玮 刘琛 译

(第7版)



- ★ 原版书销量超过70000册！第7版新鲜出炉！
- ★ 各种互联网营销技巧、工具、技术、资源，尽在掌握。
- ★ 全球顶尖的互联网营销专家，丰富的成功商业案例。
- ★ 行之有效的推广建议，提升你的网站流量和产品销售。

 人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS

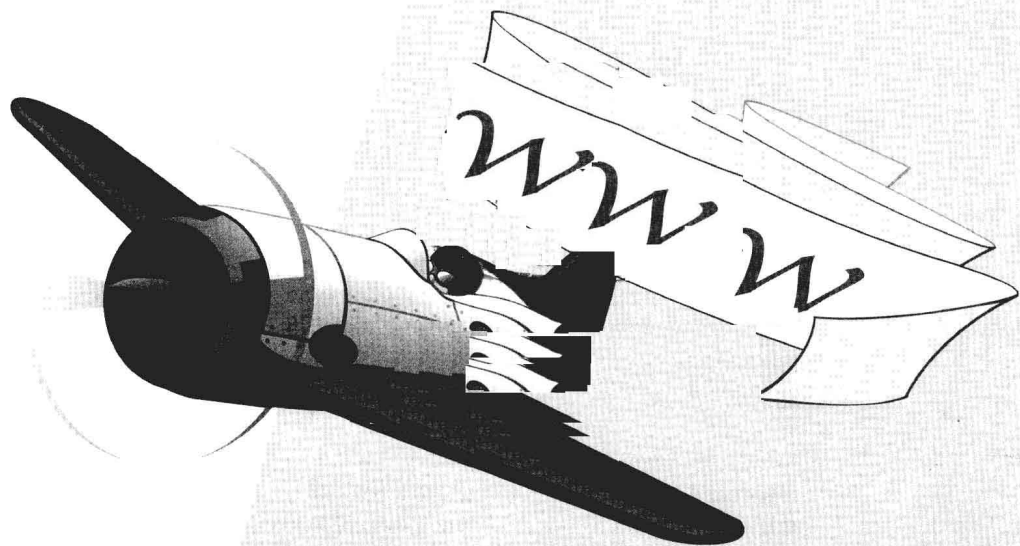
101 Ways to Promote Your Web Site Seventh Edition

锦囊妙计 网站推广101招

[美] Susan Sweeney 著

李翔昊 蔡玮 刘琛 译

(第7版)



人民邮电出版社
北京

图书在版编目(CIP)数据

锦囊妙计: 网络推广101招: 第7版 / (美) 斯威尼
(Sweeney, S.) 著; 李翔昊, 蔡玮, 刘琛译. — 北京:
人民邮电出版社, 2012. 3
ISBN 978-7-115-26470-1

I. ①锦… II. ①斯… ②李… ③蔡… ④刘… III.
①网站—市场营销学 IV. ①F407.67

中国版本图书馆CIP数据核字(2011)第215937号

版 权 声 明

101 Ways to Promote Your Web Site 7th Edition

Copyright © 2009 by Susan Sweeney

All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system, or transmitted, in any form or by any means, electronic, mechanical, by photocopying, recording or otherwise, without the prior permission in writing from Amherst Media, Inc. CHINESE SIMPLIFIED language edition published by POSTS & TELECOMMUNICATIONS PRESS Copyright ©2012.

本书中文简体版由美国芝加哥评论社独立出版集团(IPG)授权人民邮电出版社独家出版。未经出版者书面许可, 不得以任何方式复制或抄袭本书内容。

版权所有, 侵权必究。

锦囊妙计: 网络推广 101 招 (第 7 版)

- ◆ 著 [美] Susan Sweeney
- 译 李翔昊 蔡 玮 刘 琛
- 责任编辑 杜 洁
- ◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市崇文区夕照寺街 14 号
邮编 100061 电子邮件 315@ptpress.com.cn
网址 <http://www.ptpress.com.cn>
北京铭成印刷有限公司印刷
- ◆ 开本: 700×1000 1/16
印张: 22.5
字数: 362 千字 2012 年 3 月第 1 版
印数: 1—4 000 册 2012 年 3 月北京第 1 次印刷
著作权合同登记号 图字: 01-2010-4036 号

ISBN 978-7-115-26470-1

定价: 48.00 元

读者服务热线: (010)67132705 印装质量热线: (010)67129223
反盗版热线: (010)67171154

内容提要

第一章 绪论	1
第二章 网络营销概述	2
第三章 网络营销环境	3
第四章 网络营销策略	4
第五章 网络营销实施	5
第六章 网络营销效果评估	6
第七章 网络营销案例	7
第八章 网络营销未来展望	8

本书基于网络媒体的发展和营销环境的变化，全面系统地介绍了网站推广的方方面面，包括规划你的网站、为搜索引擎优化网站设计、吸引用户回访的网站要素、许可营销、病毒式营销、重要的网站内容、引导页面、付费点击策略的设计、电子邮件的优势、利用邮件签名提升网站流量、自动应答机、制定链接策略、在线广告、充分利用媒体关系、RSS、博客和维基、播客和视频、移动营销、交互式地图、网站流量分析等内容。

本书适用于从事互动营销、网络推广、网络营销、企业品牌推广、新媒体传播、互联网产品等相关工作的人士，以及对互联网行业有兴趣的人士，也可以用作院校师生的参考用书和相关培训教材。

本书评价

“我最近买了 10 本关于网站的书，这本是目前为止最有用的，让我爱不释手。我不是一个网站设计师，但这本书价值连城。”

——Gover Hillbot，朗德托普房地产所有人

“这位互联网专家经过论证、考验的心得，绝对可以大大拓展你的知识、能力和收入。我就是这么做的。书里的这些策略真的很有效，千真万确！”

——David Jackson，CSP，澳大利亚 Salesmasters 培训公司 CEO

“这本书实用而严谨，帮助我的业绩提高了十倍！你的网站一定需要这本书！”

——Cheryl Cran，CSP，《掌控有理——领导与关爱 50 法》作者

“我们根据《站推广 101 招》所做的改善取得了巨大的成功。在读完你的书之后，我们的员工决定实施你的建议以拓展我们的用户……效果有如魔法般神奇。《网站推广 101 招》属于必读书目。”

——Bob Sommers，Recognized Expert 营销展主办人，www.RecognizedExpert.com

“如果你真的打算推广出一个属于你自己的顶级网站并且在线盈利……那么本书必读！”

——Debbie Allen，畅销书《无耻行销》的作者

“毫无疑问，最佳的教材：这个领域你唯一需要阅读的书籍。”

——Warren Evans，国际职业演讲人联合会创始主席

“忘掉其他关于网络营销的书吧，请购买这本。从中学到的知识让我的互联网业务增长了 500%，广泛地营建了我的品牌，大量的订购和销售超乎我的想象。”

——Frank Furness, 《伴虎而行——世界顶级商业领袖的成功秘诀》的作者

“快速而简单的技巧，足以帮助任何小型商务老板建立起足够的互联网曝光度。我喜欢这本书，并且强烈推荐！”

——Alexandria Brown, 在线企业家和百万富翁营销教练, [www.Alexandria](http://www.AlexandriaBrown.com)

Brown.com

致 谢

我是一个幸运的人。如果没有身边许多人以不同的形式给我帮助，这本书——以及我所有的书，我的事业以及所取得的成就都将是不可能发生的事情。

万分感谢我的助手 Stephanie Strathdee，帮我完成“网站推广 101 招”的编辑工作。这本书绝对是团队合作的成果。同样要感谢 Stephanie 对我们网络学校 eLearningU.com 所做的巨大贡献，使得这项工作能在快速的工作节奏中进行得有条不紊。

感谢我在动词互动 (Verb Interactive) 的团队 (<http://www.verbinteractive.com>): Ed Dorey 和 Andy MacLellan，他们从还在大学的时候就跟随我，还有整个网络营销团队的专家们。

谢谢我的顾问团队和朋友，Lea 和 Sharon，正是我们思想和心灵的碰撞，以及许多精神的旅途或事业旅程上一起取得的进步，使得我的生活变得如此与众不同。

谢谢 Colleen Francis，正是我们经常性地在电话里头脑风暴，让我能充满斗志地去克服困难，迎接挑战。尤其是我们的电话沟通效率远远超过我的预期。

感谢加拿大职业演说家协会 (Canadian Association of Professional Speakers)、全国演说家协会 (National Speakers Association) 以及国际职业演说家协会 (International Federation of Professional Speakers) 的成员，在这些年里我非常高兴能从那些能力非凡的人身上学到很多。他们是我遇到过的最乐于分享和付出，最富有思想的一群人。能够遇见你们是我莫大的荣幸。谢谢 Cathleen Filmore，带我进入专业演讲这个奇妙的领域。

谢谢许许多多我能有幸与之合作过的商业单位、组织机构和那些了不起的人们。是你们帮助我不断进步，对世界保持好奇心并不断成长。

我们能从互联网这个奇妙的、充满丰富开放资源的地方学到很多。我要感谢 WilsonWeb 网（www.wilsonweb.com）的 Ralph Wilson 博士、SearchEngineWatch（搜索引擎观察）的 Danny Sullivan、“I-Search” 简报的 Detlev Johnson，以及和他们一样乐于在网络上无偿分享信息的人们。

非常感谢我所拥有的庞大的专家网络，我总能从他们那里挖掘到最新的信息。尽管这个世界瞬息万变，Box360.com 的 Joe Mauro 和 nTarget.com 的 Ken Teeter 对于私有邮件列表营销的知识和动态总是无所不知。

感谢 Maximum 出版社的 Jim Hoskins 和 Gina Cooke。这本书是我们合作的第 6 本书。和你们一起工作非常愉快。总有一天我们会相见。

特别感谢我最善解人意、无所不能的丈夫 Miles。如果不是为你，我几乎不可能完成这些。还要感谢我们 3 个可爱的孩子 Kaitlyn、Kara 和 Andrew，感谢他们的关爱、鼓励和支持。我永远爱你们。

特别感谢我的妈妈和爸爸，Olga 和 Leonard Dooley，你们总是陪伴在我身边，不断给予我信心去完成那些我想做的事情。你们的话“相信你可以”总给我无穷的力量。

免责声明

计算机软件和硬件的采购非常重要，并是一个会产生不小开销的业务决策。尽管本书的作者和出版商付出了相当的努力确保其所包含的信息准确、及时，但作者和出版商对于因信任取自书中信息所产生的任何相关的损失、伤害，以及对书中所述信息的准确性、可靠性不承担任何责任和义务。

这本书无意取代任何书中所提到任何产品的厂商官方发布的产品文档，或工作人员来说明产品的功能特性。鉴于计算机硬件和软件产品的功能特性经常发生变更、修改，应及时查阅厂商官方的产品文档。读者需要对计算机硬件或软件的购买决策自己承担全部责任。选择或使用任何计算机硬件和软件，需要优先参考厂商代表所提供的计算机硬件和软件的配置和应用等相关信息。

商标

文本中所包含的被视为商标、服务标识或以其他方式持有的专利都以大写首字母的形式标明。无意侵犯任何可能与商标、服务标识相关的个人计算机用词或术语的所有权。对某些用词或术语的选用与否和其相关释义，都无意影响或评判其声明为受专权保护的特定用词和术语的法律效力。

会员访问的网站

网络的世界每天都在变化。所以有网站配合此书的内容。在这个网站你能找到最新的咨询，扩展的信息和其他有趣的资源。

要进入这个网站，请访问 <http://promote.maxpress.com> 你会被要求输入密码。请输入“sat”之后你就能正常访问。

欢迎经常访问网站，并享用更新的信息和资源，作为我们对您购买此书的感谢。我们希望您不要将网站的用户名和密码透露给其他人。

苏珊·斯威尼的网络营销咨询邮件订阅

我们同样邀请您访问 <http://promote.maxpress.com> 加入苏珊·斯威尼关于网络营销双周刊简讯的订阅名单，获取网络营销的窍门、工具、技巧和资源。

目 录

第1章 规划你的网站	1
基本要素——目的、目标人群、产品和服务	2
常见的目的	3
为你的产品和服务做广告	4
在线销售你的产品或服务	4
提供在线客户服务和支持	4
提供产品或企业信息	5
塑造企业形象和品牌认知	5
其他主要目的	5
其他需要考虑的目的	6
为搜索引擎优化网站设计	6
在网站上添加增加回访的设置	7
获得网站的用户口碑	7
利用许可营销	7
提高用户忠诚度	8
给网站制造“黏性”	8
为网站添加交互性	8
关于目的的总结	9
目标人群	9
产品和服务	11
基本法则	13
分析竞争对手	13
构想自己的网站	14
细化网站规划	16
关于内容	17
关于文本	18

关于色彩.....	19
关于导航.....	19
关于图片.....	20
关于显示效果.....	21
其他提醒.....	22
与第1章相关的网络资源	22
第2章 为搜索引擎优化网站设计	23
对网站进行搜索引擎优化的方法	24
了解搜索引擎.....	25
选择重要的搜索引擎.....	26
研究搜索引擎的排名标准	27
关键字很关键.....	30
头脑风暴、调研和查找推广资料	31
查看竞争对手和行业领先的网站	32
评估网站的流量日志	33
关键字建议和评估工具	34
优化关键字组合	34
将特定关键字添加到对应页面中	41
标题标签——利用描述性的页面标题	42
关键字的元标签	44
描述性元标签	45
Alt 标签	46
超级链接	46
域名和文件名	47
主体文本——头标签和页面材料	47
垃圾信息.....	49
质量规范——基本原则	52
质量规范——特别建议	53
其他重要的设计要素.....	54
框架	54
Robots.txt 与 Meta-Robots 标签	55
代码简洁是王道	56
导航技术	56
重访元标签	57
CSS 样式表	57
动态页面和特殊字符	57

绚丽页面和富媒体的使用	57
表格的使用	58
定制化的报错页面	59
图像映射	59
为本地搜索进行优化	59
监视搜索结果	61
与第 2 章相关的网络资源	62
第 3 章 吸引用户回访的网站要素	63
鼓励回访的机制	64
为回访提供网站动态频道	65
人人爱免费	65
人人爱优惠——优惠券和折扣券	66
特供、促销和套餐	68
给用户的事件日程提醒	68
利用竞赛活动吸引客户	69
为网站提供有用的链接	71
利用“专题”或“每日/每周提示”促进回访	72
让你的网站被收藏	73
每日更新站点以促进回访	74
MP3/播客	74
利用 RSS 信息源和自动回复机分发内容	75
与第 3 章相关的网络资源	75
第 4 章 许可营销	76
什么是许可营销	77
许可营销的用途	78
个性化	79
推销收益	79
合作许可营销	80
基于奖励的许可营销	80
关于许可营销的小结	81
与第 4 章相关的网络资源	82
第 5 章 利用病毒式营销传遍世界	83
充分利用病毒式营销机会	84
口碑	85
病毒式营销的传播	88

电子明信片	89
与第 5 章相关的网络资源	90
第 6 章 重要的网站内容	91
令人赞叹的要素	93
电子宣传册和交互式宣传册	93
音频和视频	94
播客	94
交互式地图	95
交互式元素	95
博客和维基	96
与第 6 章相关的网络资源	97
第 7 章 引导页面	98
什么是引导页面	99
考虑引导页面的内容	101
测试你的引导页面	101
与第 7 章相关的网络资源	103
第 8 章 提交到搜索引擎和网站目录	104
提交流程	105
揭秘搜索引擎和网站目录	105
提交到搜索引擎	108
免费的提交	109
付费的收录	109
自动化提交 VS 人工提交	109
你的页面被索引了吗	110
提交到网站目录	110
为提交到网站目录做准备	112
特别注意标题和表述	113
特别注意提交表单上的栏目	113
更多关于网站目录提交的小窍门	114
为你的提交做好记录	115
有效利用提交工具和服务	116
在提交之前完善网站	117
获得多样化的排名	117
最后的一些忠告	118
与第 8 章相关的网络资源	119

第 9 章 设计你的付费点击策略	120
利用 PPC 广告获取目标人群的流量	121
探解 Google 和雅虎上的 PPC 营销活动	122
PPC 营销活动如何运作?	123
你的广告在哪里显示?	124
利用文本广告扩大曝光	126
利用地理信息定位你的营销活动	126
关于时段	127
最大化你的曝光机会	127
有效利用你的预算	128
与第 9 章相关的网络资源	129
第 10 章 电子邮件的优势	130
建立联系	131
电子邮件程序与邮件列表软件	132
有效的电子邮件信息	132
邮件标题的重要性	132
收信人和寄信人让你展现更多的人性化	133
秘密抄送 (BCC)	134
有效的电子邮件格式	134
操作提示	136
得体的电子邮件回复技巧	136
经常使用你的签名档	137
谨慎使用附件	137
使用情感符号和缩写来传达感受	138
电子邮件营销技巧	140
包含一份宣传手册和正式照会	140
提供客户服务	140
准备一份回复列表库	141
遵守电子邮件礼仪	141
图片标头和 HTML	141
及时回复	142
利用病毒式营销	142
与第 10 章相关的网络资源	142
第 11 章 利用邮件签名提升网站流量	143
展示你的电子名片	144

如何创建你的签名档.....	145
图片标头以及 HTML.....	145
签名档中应该做的和不应该做的	146
能为你的网站增加访问量的签名档	148
将签名档用作电子邮件模板	151
与第 11 章相关的网络资源.....	151
第 12 章 自动应答机.....	152
什么是自动应答机.....	153
为什么要使用自动应答机	154
自动应答机的种类.....	155
自动应答机的特性.....	155
个性化定制.....	155
多次回复/系列回复自动应答机.....	155
回复信息的大小	156
跟踪.....	156
HTML 信息	156
使用自动应答机实现成功营销	156
与第 12 章相关的网络资源	157
第 13 章 消费者自主媒体	158
什么是消费者自主媒体	159
为什么消费者自主媒体至关重要	160
消费者自主媒体对公司信誉的影响	160
消费者自主媒体——机遇还是威胁	161
营建一种社交媒体战略	162
在哪里可以找到消费者自主媒体	163
如何使用消费者自主媒体	164
与第 13 章相关的网络资源	165
第 14 章 创建你的私有邮件列表	166
为什么需要你自己的邮件列表？	167
基于许可的营销.....	167
隐私的问题.....	170
我们需要怎样做.....	170
合适的邮件列表技术.....	171
使用你的电子邮件程序	171
使用邮件列表软件	171

将邮件列表外包	173
创建你的数据库或邮件列表	175
提升你的私有邮件列表	176
和你的邮件列表用户沟通	176
躲避垃圾邮件雷达	179
现有的法律条例	182
评估, 评估, 评估	183
为什么电子邮件没有灭亡	183
电子邮件是最受欢迎的应用程序——写在最后	184
好消息——RSS 与电子邮件并非互不兼容	186
与第 14 章相关的网络资源	186
第 15 章 通过直接邮件列表实现有效的营销推广	187
直接邮件列表公司如何运营	188
如何选择直接邮件公司	189
如何与直接邮件列表公司合作	189
与直接邮件列表营销相关的资费	190
如何使直接邮件列表的营销效果最大化	191
与第 15 章相关的网络资源	192
第 16 章 制定一种醒目的链接策略	193
链接具有影响力	194
链接具有持续性的效力	194
关于外部链接的简介	195
Google 网管对链接方案的准则	196
找到合适链接网站的策略	197
探究这些 URL	198
鉴别竞争者链接的工具	199
其他潜在的链接策略	201
获得潜在链接准许	202
把你的链接放置在易于被点击的位置	205
添加或者不添加全开放链接的网站	205
利用附属项目增值	205
维护一份营销日志	206
一些关于链接交易的警告	206
与第 16 章相关的网络资源	207

第 17 章 使用元索引最大化营销效果	208
什么是元索引	209
如何寻找合适的元索引	211
加入元索引获得最佳的曝光度	213
与第 17 章相关的网络资源	214
第 18 章 获得奖项、酷站及其他	215
被提名是一种荣誉	216
选择并赢取你想要的奖项	217
酷站定义中什么是热门而什么不是	219
在你的网站中公布你的奖项	219
成为自己奖项盛会的主办方	219
与第 18 章相关的网络资源	220
第 19 章 在线广告	221
通过互联网广告扩大你的曝光机会	223
利用广告达到你理想的目标	223
在线广告术语	224
网幅广告	224
点击进入	224
命中	224
印象或页面访问量	225
CPM	225
CPA	225
关键字	225
地理定位	226
网幅广告的方方面面	226
网幅广告一览	227
网幅广告的建议	228
有趣的网幅广告	229
地点、地点、地点	232
搜索引擎	232
内容网站	232
网幅广告的价格因素	232
购买网幅广告需要考虑的问题	233
能让用户看到的网幅广告	233
借助在线广告网络	234