

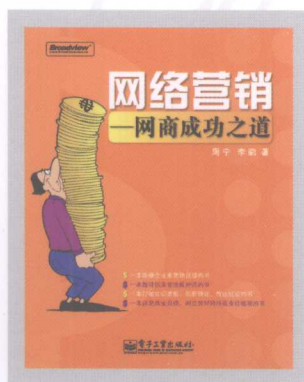
Internet Marketing

The Bible to Succeed in E-Business

畅销书
升级版

网络营销 网商成功之道(第2版)

周宁 李鹏 著



如何策划成功营销？
如何优化Google AdWords？
如何善用联盟营销？
如何快速推广网站？
如何显著提高订单转化率？
如何高效投放门户广告？
如何像凡客诚品般打出品牌？

.....

——本书给你所有答案！



电子工业出版社
PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY
http://www.phei.com.cn

网络营销

网商成功之道 (第2版)

周宁 李鹏 著

電子工業出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京•BEIJING

内 容 简 介

当今是一个“虚拟扩张的时代”，网络经济优越环境的形成让人们发现现在正是创业的好时光。在网络经济面前，大家站在同一条起跑线上，不论你是大型企业，还是简单的创业者，都将面对同样的网络规则，同样地去寻找或创造商机，并发展壮大。本书讲述了互联网营销给传统行业、网商和创业者带来的革命性的发展机遇；阐述了门户网站广告、富媒体广告和搜索引擎营销（SEM）这些网络营销中最核心、应用最广泛的网络营销方式；并帮助你制定自己的互联网营销计划，让你一步一步地构建自己的商业版图并走向成功；帮助你顺利开展电子商务，经营自己的企业；最后通过三个典型的案例来带给读者感性的认识，让读者更切实地理解网络营销和电子商务，成为一位成功的网商。

本书是网络营销和电子商务的实际运营经验和智慧的总结，适合目前正奋战在网络市场第一线的网商；国内的企业家、企业营销总监、企业销售经理、企业企划总监、国际贸易人士等；网站运营商、网络营销专业人士、网络技术专业人士、网上交易操作者、电子商务操作者和网站站主，以及梦想通过互联网创业成功的年轻人和知识型猎奇白领，同时也适合大学教师，营销、管理和商务等专业的本科生和研究生作为电子商务专业的教科书或教学参考书。

未经许可，不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有，侵权必究。

图书在版编目（CIP）数据

网络营销：网商成功之道 / 周宁，李鹏著. —2 版. —北京：电子工业出版社，2009.6
ISBN 978-7-121-08791-2

I. 网… II. ①周… ②李… III. 电子商务—市场营销学 IV. F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2009）第 071338

策划编辑：李 冰

责任编辑：顾慧芳 梁 琪

印 刷：北京智力达印刷有限公司

装 订：北京中新伟业印刷有限公司

出版发行：电子工业出版社

北京市海淀区万寿路 173 信箱 邮编 100036

开 本：787×980 1/16 印张：25.5 字数：428 千字

印 次：2009 年 6 月第 1 次印刷

印 数：4000 册 定价：55.00 元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题，请向购买书店调换。若书店售缺，请与本社发行部联系，联系及邮购电话：（010）88254888。

质量投诉请发邮件至 zlt@phei.com.cn，盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

服务热线：（010）88258888。



专家推荐

互联网这些年的飞速发展已经给中国带来了翻天覆地的变化，网络营销和电子商务的大环境正在成熟，不久以后企业都将面临网上销售。这本书在这个时间，按照网络营销和电子商务的主线，以有用的经验和前瞻的眼光写作出来，对中国的企业适应互联网时代的市场竞争来说确实是非常有价值的。

陈小兵

美的日用电器集团 IT 部负责人

互联网为世界带来了翻天覆地的变化，同时也给年轻人提供了数不尽的创业机会。随着商业壁垒的瓦解、市场进入门槛的降低，互联网市场给梦想创业的年轻人提供了与大企业大资本同台竞技的机会。这本书作者之一李鹏，具备深厚的文笔功底，让这本书极具趣味性和可读性。对于年轻人来说是一本开拓视野、启发灵感、鼓励创新的好书。

丁秋林

英国剑桥世界名人录传记人物（IBC Cambridge the 27th Edition）

国际 Ellis Horwood 科技出版社专著作者

此书不同于技术性书籍，讲的都是网上推广和网上销售的经验，更贴近于平民化。在国内，现在是在互联网上创业的好时机，是造就中国网商的时代。这本书给目前正在奋战在网络销售市场第一线的网商们带来国际和国内市场的一流的网络营销和电子商务的技术和经验，是一本雪中送炭的好书。

赵金熙

“高等学校计算数学学报”编委
美国“Mathematics Review”特邀评论员

这本书对 SEM 实施方面的内容阐述得很精辟，搜索引擎营销作为网络营销的一种重要手段，对“网商”和进军网络销售市场的中小企业来说是非常必要的。本书在这方面的内容特别适合商业网站运营者们阅读，我相信这本书能够给读者带来很多有用的东西。

柳焕斌

全球搜索引擎战略 (SES) 大会中国区执行委员会成员 点石互动创始人之一

国内已经出版了不少网络营销和电子商务的书籍，但绝大多数是理论教科书或者软件技术类书籍，也有一些翻译过来的书，但是国内的网络市场与国外大相径庭，参考价值很低。这本书能够写出来就是对我国的网络销售填补了一块空白，是我国唯一一本以网络运营实战经验为基础的电子商务指导书。

卞廷元

IPS 环迅支付 产品部总监

这本书非常重视宏观的互联网市场的研究和微观的市场演变，用了大量篇幅描述互联网市场发展、网络营销、网上商机发掘。互联网的发展在很大程度上将改变传统市场的格局，所以传统行业的企业家和管理层都应该重视这种变化，来面对未来的风险。

王大祥

万科集团南京分公司 IT 负责人

这本书按照教科书的组织形式，数据完备，编写严谨，极具教学参考价值，可以作为电子商务专业的教科书和教学参考书。本书是一本实战经验总结的书籍，书中配有大量的网络营销和电子商务操作的案例和操作知识，可以作为读者的网络营销的指南、电子商务的操作手册；是一本以网商运营实战经验为基础的电子商务小型百科全书。

任晓光

沱沱网、九城网络技术集团有限公司 总裁

所有的营销都会形成一个闭环，从营销投放、销售到获得利润的各个环节。互联网贸易也同样如此，进行网络营销的目的是让消费者来访问网站。本书的作者周宁和李鹏已经帮助不少购物网站的同行大幅度的提高他们的订单量，相信通过学习这本有他们多年互联网营销经验总结出来的“网络营销宝典”也能够为您的在线销售业务更上一层楼。

缪晨卿 (Tony)

Google 全球专家认证、Adwords 首席优化大师、连线堂广告创始人

今年因为金融危机的爆发，大量的传统外贸企业受到巨大冲击。随着近年来电子商务快速发展，给中国制造带来了新的希望，但是也带来了新的挑战，面对全球复杂的市场，需要建立一套强大的全球网络营销体系。感谢本书作者以其全球的视野结合多年的实战经验，给我们提供了很多有效的解决方案，让很多中国制造能快速通过电子商务决战全球成为可能。

方天雨

麦包包 (<http://www.mbaobao.com/>) 创始人

网络营销方面的书有很多，却没有一本書能做到与时俱进，但这本书做到了这一点。这本书的内容之新让人惊奇，不少前两个月的业内经典案例都被写进来了，这里不仅有最新的营销手法与技术，也有第一手的资讯。在互联网上，瞬息万变市场和快速出现的竞争对手要求企业抢占先机，本书就是给电商们的锦囊，让你能够准确快速地抢占市场份额。

天心

兰亭集势 (<http://www.lightinthebox.com/>) 创始人

在国内，网络营销与国外差别很大，很多从过来舶来的网络营销书籍会出现水土不服。本书恰恰重视了这一点，强调切实的可操作性。从这本书到真实的操作仅有一步之遥，每章都有操作步骤，甚至连广告代理商的名单也在上面。我相信，读者读过此书之后，您可以在短短几天之内，自己操盘来复制所见的经典网络广告。

刘涛

联科华夏（<http://www.linkchina.com/>）总裁

这本书是我见过的最专业的一本书，因为作者本身就是电商中的成功企业家，他们不仅自己做得好，同时也帮助不少电商同行们突破很多瓶颈。作者李鹏说会写成一套丛书，我已经初步看过两本，相信后面的会更精彩。感谢作者李鹏精益求精的写作，这套丛书将对我国电商的发展起到举足轻重的作用。

冯笑

君信科技（<http://www.pandahall.com/>）运营总监



总序

本书的两位作者自 2003 年就从事网络营销和电子商务，亲身体验了互联网市场的变化。2003 年，马云一手缔造了“网商”这个新名词，不知不觉之间，笔者作为一个“网商”已经有 5 年了。5 年之间，网商的数量从 400 万人发展到如今的 3000 万人。很多中国的中小企业依靠阿里巴巴的交易平台寻找国际买家，进行海外贸易。同时，在淘宝网，数以万计的散户通过网上开店，获得不少工作外的收入，其中不少人甚至干脆辞掉工作做起了全职网商。中国互联网市场与国外发达国家相比还很不成熟，除了基础环境以外，针对“网商”的网络营销和电子商务方面的资源都很匮乏。笔者经过多年的互联网市场摸爬滚打，积累了丰富的经验智慧，希望能够将这些有价值的东西传播给广大国内的网商，这也是写作本书的初衷。

本书第二版推出的背景：《网络营销——网商成功之道》出版后获得很多的读者好评，在短短半年内已经销售一空，第一版的《网络营销——网商成功之道》因为成书仓促，疏漏颇多，所以笔者李鹏决定重新修订这本书，推出第二版。因为互联网发展变化一日千里，所以在网络营销方面，也出现了很多新的技术和手段。网络营销是一本实用的书，所以本书也紧跟实际变化，力求将这些最新的网络营销理念、技术和方法总结进去。

本书第二版修订的主要内容有：一、对整本书的章节顺序进行了调整，使其更加合理和便于阅读。二、增加了综合门户与垂直门户网站投放广告的内容。三、

增加了搜索引擎付费营销的内容，着力于 AdWords 和 AdSense 广告的优化，力求实用。四、增加了 SEO 和联盟营销的操作步骤。五、在业内朋友的支持下增加了经典的实战案例，如凡客诚品、麦包包、GlassesShop 等。六、删掉了网上支付与在线客服等与网络营销关系不大的内容，进行了文字、语言方面的重新校对和润色。上面六个方面的修订使本书新增内容超过四分之一。

本书以实战经验为主，结合经典理论，按照由浅入深、先战略后实战术的顺序通盘讲解了网络营销策划和操作的全过程。本书是网络营销和电子商务的实际运营经验和智慧的总结，本书的读者对象有以下几类：

1. 网商，目前正奋战在网络市场第一线的人

不论你是独立运作电子商务网站，还是借助阿里巴巴、淘宝和 eBay 等平台进行网上销售，本书都能够为你带来国际和国内市场的第一流的网络营销及电子商务的技术和经验。

2. 我国的企业家、企业营销总监、企业销售经理、企业企划总监、国际贸易人士等

本书非常重视宏观的互联网市场研究和微观的市场演变研究，用了大量篇幅描述互联网市场发展、网络营销、网上商机发掘。由于互联网的发展在很大程度上将改变传统市场的格局，所以传统行业的企业家和公司管理层都应该重视这种变化，以面对未来的风险。

3. 网站运营商、网络营销专业人士、网络技术专业人士、网上交易操作者、电子商务操作者和网站站主

本书是一本以实战经验总结的书，其中配有大量的网络营销和电子商务操作的案例和操作知识，可以作为读者的网络营销的指南、电子商务的操作手册。

4. 梦想通过互联网创业成功的年轻人

互联网为世界带来了翻天覆地的变化，同时也给年轻人提供了数不尽的创业机会。随着商业壁垒的瓦解、市场进入门槛的降低，互联网市场给梦想创业的年

轻人提供了与大企业大资本同台竞技的机会。

5. 大学教师，营销、管理和商务等专业的本科生和研究生

本书按照教科书的组织形式，力求严谨和完备，可以作为以网商运营实战经验为基础的电子商务百科全书，极具教学参考价值，同时也适合作为电子商务专业的教科书或教学参考书。

6. 知识型猎奇白领

本书作者之一李鹏，具备深厚的文字功底，让本书脉络清晰、理论精干、以操作步骤贯穿全书，并且结合实际案例，极具趣味性和可读性，是一本开阔视野、启发灵感和鼓励创新的好书。

这本书能够帮助你解决什么难题？

- 我该怎么考察网上销售和网上推广是否适合我的产品？我怎样才能了解到适合自己的网络营销渠道？网络营销策划和执行该怎么做呢？
- 我的产品通过 B2C 模式进行销售可行吗？国内外的市场环境和网络购物环境怎么去调查？我经验少，缺乏营销策划和内容建设人员怎么办？我该如何快速推进一个网上 B2C 销售项目？
- AdWords 广告投放怎么来优化，关键字如何选择？这种纯文字的广告的撰写技巧是什么？时间、地域、关键字、人群，我该如何考虑 AdWords 的内容和投放策略？
- 网站定位广告该如何优化，怎样才能大幅度地提高转化率？在选择关键字投放广告时受限制怎么处理？
- 我怎样才能像凡客诚品那样大规模地投放广告？综合门户的广告费用很高，我怎样投放才能获得高回报？
- 垂直门户和富媒体门户的广告该怎么投放？还有错综复杂的内容广告，我该怎么看清本质和检测效果。广告语如何编写才具有吸引力？

- 我想推广我的网站，SEO 是细致复杂的工作，针对一个具体的项目，我们如何来安排 SEO 的实施步骤？SEO 项目的实施难以衡量和效果不明显怎么办？
- 除了门户广告、SEO 和竞价广告，还有别的网络营销推广方式吗？其他的推广方式的效果怎么样？通过各种推广手段，网站的流量增加了，但是转化率比较低，我该如何提高转化率？

当您读完本书的时候，我们相信您能够在本书中找到这些问题的实战解决方案。

中国电子商务的核心是网上销售。在中国，由于网络市场的基础设施还不完善，尤其网络诚信、信息技术、在线支付、物流等都不发达，所以企业难以独立在网上开展销售。在这种情况下，中国网商就成了电子商务的主力军，成为企业的网络销售商，成为企业的销售渠道。

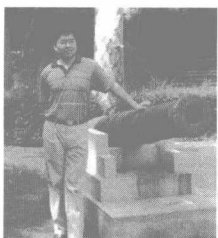
在交流中我们感受到了读者对电子商务实际操作经验的渴求，所以周宁和李鹏决定继续撰写一些这方面的书籍奉献给大家。这些后续的书将会组成一套电子商务的丛书，这套丛书的名称就叫做《网商成功之道》，希望每一个网商能从这套书里获得帮助，成就自己的事业。这部丛书的第二本，《网上支付——网商成功之道》也已经正式出版了。

《网上支付——网商成功之道》解决网商在网上支付方面，尤其在外币支付方面碰到的问题。在互联网上，以 B2C 模式开设独立销售型的网站是主流的销售模式，本书就是针对这种模式，着重写了面向销售网站的网上支付，包括选择支付方式、开发完善的支付系统、处理好交易收款，防止支付欺诈，处理好现金流及外币兑换等内容。

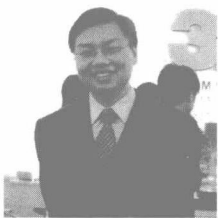
希望这套丛书能够给您带来的价值是给您提供一个网商获得成功的指南，教您一步一步地来深入了解如何在网络市场上成就自己的事业。这套丛书尤其适合网商、创业者和企业转型者，希望读者能通过阅读本书学会互联网上的商务能力，为自己的事业开拓市场赚取利润。



作者介绍



周宁 英文名 Neil Zhou, 性格乐天, 爱好交友、演讲, 成功运营过多个电子商务网站, 积累了丰富的 B2B/B2C 行业运营和管理经验。其市场涵盖欧美、日韩和中国地区, 行业涉及软件、IT 培训、艺术品、珠宝、眼镜和保健品等多个行业。现为南京科泰信息科技有限公司总经理。周宁作为网络营销、电子商务和商业投资方面很有影响力的专家和演讲者, 经常组织召开或参与顶尖的网络营销和电子商务峰会, 欢迎听众和读者分享自己的经验。作为知名 IT 培训师的周宁, 拥有 MCT、CCNP、CCDP 和 OCI 等多个全球知名 IT 厂商认证讲师头衔, 并长期从事网络营销和数据库技术的高端认证培训。本科和硕士阶段就读于南京大学数学系的他, 目前在南京大学攻读计算机博士学位。



李鹏 英文名 David Lee, 性格乐天, 爱好交友、写作, 成功运营过多个电子商务网站, 其市场涵盖欧美、日韩和中国地区, 行业涉及软件、IT 培训、珠宝、眼镜和服装等多个行业。现为南京科泰信息科技有限公司商业策划, 为网络营销、网上支付和 B2C 网站运营方面有影响力的专家、演讲者和培训师。李鹏曾就职于国际贸易公司和 ERP 软件公司, 历任出口业务经理、海外合作监理人、软件开发工程师、ERP 咨询顾问和总经理助理等职位。他曾就读于河海大学力学系、南京航空航天大学计算机系, 曾在南京航空航天大学计算机应用研究所任研究员, 期间在核心期刊发表数十篇学术论文, 范围涵盖信息技术、软件工程、电子商务和网络搜索。



快速导读

网络营销——互联网市场竞争的法宝

互联网使得生产成本和流通成本前所未有地降低，这一点直接打破了大企业的规模垄断，创造了个人和中小企业商业的繁盛。在所有人面前，互联网为个人和中小企业提供了一个平等的平台。我们也许没有钱租赁门面开店，没有实力和人力在海外设分支机构，但可以建立网店，通过第三方物流将产品销售到全球。我们也可以通过网络承接全球范围内的外包工作，这在以前都是难以克服的。当新经济环境使得创业者进入门槛降低的时候，那些有梦想和创业精神的人就都会投入其中了。

现在是一个“虚拟扩张的时代”，网络经济优越环境的形成让人们发现现在正是创业的好时光。商业门槛的降低让我们有了参与商业竞争的机会，我们不仅能以很少的成本开展自己的商业活动，还可以方便地获得各个方面的帮助和投资。只要有足够的企业家精神和针对网络商业的智慧，你就能像那些巨大企业一样开展商业活动。在网络经济面前，大家站在同一条起跑线上，不论你是大型企业，还是简单的创业者，都将面对同样的网络规则。大家同样地去寻找或创造商机，并发展壮大。

全球商业大环境的变化已经冲击了很多的领域，互联网的发展已经改变了大部分的贸易格局，对企业来说，必须适应这些改变。下面几点内容是企业需要重视的：

(1) 互联网环境下网络营销的力量远远超过传统营销手段,传统广告作用日渐衰弱,网络广告兴起,企业必须根据市场建立新的网络营销和电子商务渠道,并积极利用 SEO 搜索引擎优化、SEM 搜索引擎营销、互联网展示广告等方式来迎合国内外客户通过互联网寻找供应商的习惯。

(2) 流通渠道的长度在变短变快,企业需要尽可能地靠近终端消费者。企业必须学会通过电子商务渠道减少分销环节,直接供货给零售商尤其是 B2C 网络零售商,甚至自己建立直销渠道通过 B2C 零售直接将产品卖给消费者。

(3) 信息技术的发展降低了在全球展开经商的门槛,企业应该善于利用这些技术,大胆走出去。通过技术手段,延伸外贸企业的触角,挺进长尾市场。通过个性化小众市场的经营来赚取高附加值利润。

(4) 全球化和互联网的发展使得依靠传统买卖差价套利的机会快速减少,企业应该勇于创新,通过整合资源和赋予产品更多的附加价值来进行经营。不然的话,就必然的面临利润下降、竞争残酷的局面。

网络营销不同于传统的营销渠道,它具有独特的优势,比如突破地域的限制。比如,国内企业想在美国做电视或报纸广告,一没有那么多的资金,二也不方便,但可以方便地购买 Google 的 Adwords 和 Adsense,然后将精准的潜在客户的流量引入到自己的网站上,这样就足不出户地把自己推广出去。网络营销不是去瓜分原有的营销市场,而是打开了一种崭新的营销市场,这个营销市场正在飞速发展,已成为仅次于电视与报纸之后的第三大营销市场。

本书开篇的题目就是“互联网营销革命”,讲述了互联网发展给传统行业、网商和创业者都带来了革命性的发展机遇。本书的第 1 篇详尽论述了互联网带来的营销变革和网络营销与市场理论。

互联网营销策划——成功网商的营销途径

随着互联网的普及,企业自身的成熟与壮大,可获得的推广手段越来越丰富,企业正逐渐走向网络营销自主化之路。技术门槛和费用都在降低,企业能够自己

建设电子商务网站，SEO 搜索优化、Adwords 竞价排名、Adsense 联盟广告、门户广告和视频广告等网络推广途径的增多，企业能够独立地进行网络营销选择。

不论是国际性大企业还是区域性小企业，他们都将目光投到互联网上，企业借助网络营销突破商业垄断、延伸营销范围和展开营销互动。网络营销为企业增加了一种营销选择权，为企业拓展业务打开了一片蓝天。2007 年，网络销售市场的全线飘红就是网络营销与电子商务相结合所创造的奇迹。几乎所有产品都能在網上销售，哈利波特系列最后一本《哈利·波特与死亡圣器》在亚马逊的预订量高达 160 万册，远远超过了线下销售。不论是高端的汽车、钻石还是简单的图书、音乐在线销售量都在持续上升。

面对互联网，我们怎样才能找到赢利的商机？回答这个问题的第一步是你要有互联网的商业视角。用网络营销的角度来审视商业活动，这是评估一种商机的很好的方法。如果一个商业模式在网络营销上就不具备可行性，那么可能进入网络市场的机会不大。企业进入互联网这个全新的领域需要最大地发挥自己的创新能力，这是因为，互联网毕竟与线下营销存在很大的差距，如果直接拿已有的商业流程在互联网上进行复制，必然面对很多不适应的问题，解决问题本身就是一种创造能力。互联网所带来的技术和沟通方式的改变可能对已有的商业流程产生跨时代的改变，也可能毁灭掉以往的很多线下产业，涌现出崭新的商业模式。

本书的第 2 篇的题目是“互联网营销策划”，这一篇的内容将帮助你制定自己的互联网营销策划，让你一步一步地实现自己的营销目标，走向成功。本书的第 3 篇通过 4 章篇幅详尽地论述了 4 个方面的内容：市场分析；互联网商机的发掘；网络营销战略策划；网络营销的不同的投放渠道。

搜索营销——快速增加销量的好方法

搜索引擎营销 (Search Engine Marketing) 简称 SEM，是一种新的网络营销形式。搜索引擎营销所做的就是全面而有效地利用搜索引擎来进行网络营销和推广。搜索引擎营销追求最高的性价比，即以最小的投入，最大地获取来自搜索引擎的访问量，并产生商业价值。搜索引擎营销 (SEM) 是搜索与营销的整合，是

在互联网上利用搜索引擎开展营销活动的一系列的方法。搜索引擎简单的功能创造了巨大的商业价值。这些价值很快就被人们发现，并加以利用，最终，与搜索引擎相关的网络广告成了最大的在线广告市场。

在搜索引擎上进行网络营销的时候，广告的方式产生了完全的改变。这种改变就是把推式的广告变成了一种拉式的广告。这些消费者不需要被别人劝说来购买什么东西，事实上搜索引擎的用户已经有购买意愿的消费者，因为只有他们想购买某种产品，才会到搜索引擎上进行相关的搜索。而他们所要查找的对象，就是那些能够满足他们需求的商家。因此，作为一个进行搜索引擎网络营销的商家来说，关键是要知道如何使自己所提供的产品正好符合消费者的意愿。

SEM 普及所带来的价值就是让更多的用户能够以更快的速度享用到互联网及搜索引擎带来的价值，以最高的性价比、最低的投入、最小的总拥有成本，获取这种先进的互联网推广手段。中国有数以百万计的中小企业，他们渴望使用现代化的网络营销手段，正是 SEM 给予了他们最实惠的进入门槛。

搜索引擎营销是个持续的过程，是源源不断带来新客户的过程。搜索引擎营销技术会受到各方面的变动的的影响，需要持续维护。制定一个搜索引擎营销的维护规范能够在很大程度上减少搜索引擎营销的不稳定性。除此之外还要建立搜索引擎营销的应急措施，采用其他的网络营销手段进行互补。体验现实计划未来，需要定期进行搜索引擎营销的效果评估。如果在 SEM 进行过程中碰到问题，要深入思考，进行各方面的调整。

本书第 3 篇的题目是“搜索引擎营销”，搜索引擎营销（SEM）是网络营销中最核心、应用最广泛的网络营销方式。本书的第 3 篇详尽论述了 4 个方面的内容：搜索营销的基础搜索引擎优化（SEO）；搜索引擎营销（SEM）概述；搜索引擎付费营销；如何成功进行 SEM。

电子商务，为你在互联网上带来源源不断的利润

随着世界经济一体化、全球化进程的加快，信息技术正越来越广泛地应用于经济贸易领域。互联网的迅速发展普及衍生了一种全新的贸易方式和商业模式，

那就是我们现在熟知的电子商务。电子商务作为计算机应用技术与现代经济贸易活动结合的产物，既是未来贸易的发展方向，也是人类跨入知识经济新纪元的重要标志之一。近年来，电子商务得到迅速发展，一些世界著名公司如 Intel、IBM、HP 和 Microsoft 等纷纷推出了电子商务总体解决方案。在发达国家，甚至一些发展中国家，人们正在利用电子商务技术改变传统的经济模式和贸易方式，并因此而获益匪浅。电子商务正越来越显示出其在扩大企业贸易机会，提高贸易效率，降低贸易成本和增加企业竞争力等方面的巨大优越性。

网络营销是在互联网上良好运行的一种商业模式，这种模式不论是在网上推销产品还是在网上推销服务或建立品牌，最终都会形成一个良性的循环，为企业或个人创造源源不断的利润。所以网络营销并不是一个独立的实体，而是一个持续不断的过程，它的载体就是能够在网络上生存的一种赢利模式，而实现这种赢利模式的手段就是电子商务。创建持续经营的电子商务实体，将为你带来源源不断的利润。

不管是传统的商业模式还是电子商务，最终的结果都是以成败论英雄的游戏。企业进行营销就是要达成交易，没有成功交易，再好的营销过程也只能是镜花水月。开展电子商务应该先锁定你的销售对象，再寻求最佳销售方法。电子商务网站依托销售程序来实现绝大部分的销售工作，所以，建立完善、快速的购买程序是至关重要的。

客户的购买冲动是建立在对产品的需求、厂商的产品质量和售后服务、用户对产品感觉和体验的冲击力之上的。互联网的销售商应该如何利用电子商务这个平台来迎合客户的胃口、满足客户的需求进而引起客户的购买呢？这里有很多的知识，市场定位、客户分析、电子商务网站开发、在线客服、网上支付和物流等等，这些知识都是网商永续经营的看家本领。

本书第 4 篇的题目是“决胜电子商务”，这一篇的内容将帮助你顺利开展电子商务，经营自己的企业，通过“电子”和“商务”的两个方面：一是信息技术的“电子”技能；二是网上交易的“商务”技能，来帮助你在互联网上获得源源不断的利润。本书的第 4 篇详尽地论述了 3 个方面的内容：电子商务网站设计；电子商务网站的运营；电子商务的物流解决方案。