



教育部职业教育与成人教育司推荐教材
中等职业学校计算机技术专业教学用书

中小型网站建设与管理 (第2版)

◎ 陈学平等 编著

本书配有电子教学参考资料包



电子工业出版社
PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY

<http://www.phei.com.cn>

教育部职业教育与成人教育司推荐教材
中等职业学校计算机技术专业教学用书

中小型网站建设与管理

(第2版)

陈学平 等编著

电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京·BEIJING

内 容 简 介

本书主要介绍中小型网站的建设过程及网站后期的管理,内容包括网站建设前期策划,网站资料搜集,网站目录结构及链接的规划,网站页面规划及页面设计,网站后台数据库的设计及管理,网上空间及域名的申请,网站发布、宣传及网站安全。本书以“中国西部汽车王”网站建设的全过程为实例进行讲解,案例中涉及静态、动态网站的大部分知识,可操作性强。

本书是教育部职业教育与成人教育司推荐教材,可作为中等职业学校电子信息类、计算机软件及计算机网络类专业的教材,也可作为短训班网页设计、网站建设类教材。

本书配有电子教学参考资料包(包括教学指南、电子教案、习题答案、网站源文件和网站说课 PPT),详见前言。

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

中小型网站建设与管理/陈学平等编著. —2 版. —北京:电子工业出版社, 2009. 1
教育部职业教育与成人教育司推荐教材. 中等职业学校计算机技术专业教学用书
ISBN 978-7-121-07189-8

I. 中… II. 陈… III. ①网站-开发-专业学校-教材…②网站-管理-专业学校-教材
IV. TP393.092

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 115500 号

策划编辑:关雅莉

责任编辑:张 凌

印 刷:北京季峰印刷有限公司

装 订:三河市万和装订厂

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:787×1 092 1/16 印张:19 字数:481.6 千字

印 次:2009 年 1 月第 1 次印刷

印 数:4 000 册 定价:28.30 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 zlts@phei.com.cn, 盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

服务热线:(010) 88258888。

前言



为了全面落实国务院《关于大力推进职业教育改革与发展的决定》，实施《2003—2007 年教育振兴行动计划》提出的“制造业和现代服务业技能型紧缺人才培养培训计划”，深化教育教学改革，推动职业教育与培训全面发展，大力提高教学质量，配合教育部规划中等职业学校教材的需要，我们组织编写了《中小型网站建设与管理》教材。该教材自 2005 年出版以来，已经印刷了 7 次，销量较好，现在教材有些地方稍显过时，需要增加和调整教材内容，为此编写了《中小型网站建设与管理（第 2 版）》教材。

第 2 版改动、增加和删减的内容如下。

1. 增加网站规范、网站建设方案、动态与静态网站的区别、网站建设的基本条件、网站建设的常用术语、企业网站设计、网站的成功标志、网站的营销等内容。

2. 增加了 HTML——如何设置各个链接，增加了表单的一些知识，为后面 Dreamweaver 中的表单应用打基础。

3. 增加了 ASP 动态网站运行环境的配置、Access 数据库系统 DSN 的配置、ASP 动态网站建设环境中 IIS 安装与配置、Dreamweaver 中建立与编辑 ASP 动态站点、在 Dreamweaver 8.0 中建立数据库的连接、网站的安全攻防技术，如：SQL 注入的防范，如何过滤特殊字符等，及 MD5 加密技术。

4. 增加了网站常用数据库功能，如：数据库连接、用户注册与登录、用户上传文件等，及网站备案的方法。

5. 删除了原来的第 2 章。将第 1、2 章内容全部重新编写，对第 3、4、10 章进行了修订。

第 2 版介绍了企业网站“中国西部汽车王”的建设与管理的全过程。全书按照企业订单式的培养目标、项目驱动和案例结合的方式，由浅入深地讲述了案例网站的设计过程，使学生能够积累从业的经验，能够从事网站建设与管理的工作。全书每章以案例网站的实例进行讲解，并配有上机练习，使读者掌握网站建设与管理的技术及技巧，能够承担网站建设与管理的工程项目。

教材按照“计算机应用及软件专业技能型紧缺人才培养指导方案”，从职业岗位对专业知识的需求来确定教材的深度和广度，坚持“必须”、“够用”原则，教材内容与职业学校学生的知识能力相适应，重点突出职业特色，加强针对性、适应性、实用性。

本书有以下四个方面的特色。

- 第一，订单式培养，目标性强。按照企业订单式培养目标及项目驱动与案例分析相结合的方法开发教材。

按照订单式的用人需求，本书教学目标为：

- (1) 构建网站结构；

- (2) HTML 语言介绍;
- (3) 网站建立与发布;
- (4) 网站日常维护与管理;
- (5) 用常用的程序设计语言及数据库进行网站的简单开发。

通过学习掌握建立与发布网站的方法与技巧,熟悉数据库的操作、运行与维护,能够胜任网站的日常管理与维护。

根据教学目标确定教学内容及编写思路。本书的教学内容为:

- (1) 中小型网站创建概述;
- (2) HTML 语言基础;
- (3) SQL 语言简介;
- (4) ASP 动态网站设计基础;
- (5) 案例网站项目规划;
- (6) 案例网站页面制作技巧;
- (7) 数据库表建立及在案例网站中的应用;
- (8) 案例网站后台数据管理;
- (9) 网站发布、宣传、维护和管理等。

为了完成上述教学内容,实现教学目标,在开发教材时,我们采用以下思路:

- (1) 首先保证有一个网站案例贯穿全书,以增强教材的系统性;
- (2) 根据订单式需求,按照项目驱动方式来编写教材。

第二,重点突出,实用性强。本书讲述整个网站从无到有的制作流程,从概念、规划,一直到制作成品,有一个完整观念,给读者以感性和理性的认识。本书的每章都是网站建设的一个步骤,理论和实践相结合。把每章的实例合在一起,就构成整个网站——“中国西部汽车王”网站。

第三,叙述图文并茂,可读性强。本书将网站设计的步骤全部抓取了图片,同时配以操作步骤的详细介绍,使读者可以边学习边上机操作。

第四,可操作性强,根据本书所述内容能够设计出一个完整的商业网站。同时学生能够通过本书的学习达到举一反三的学习效果,掌握一技之长,积累从业经验。

本书共分 10 章,全书由重庆电子工程职业学院——重庆电子技师学院的陈学平老师担任主编。其中第 1 章、第 2 章、第 4 章至第 8 章由陈学平和李承梅编写,第 9 章由重庆电子工程职业学院的陈学平、周华春、周鑫编写,第 3 章和第 10 章由重庆龙门浩职业中学的余永洪、邹开耀编写。陈学平编写了全书的大纲,对各章的风格、体例、内容文字、图片进行了统稿及校稿,并对全书的知识点进行了整体把关。本书在编写过程中得到了重庆电子工程职业学院院长郭少东、陈良,教学部主任李明的大力支持,也得到了电子工业出版社领导和编辑的热情帮助,在此表示衷心感谢!

由于编者水平有限,错误在所难免,敬请广大读者原谅,并给予批评指正。

本书由教育部职业教育与成人教育司组织,送北京信息职业技术学院院长武马群教授和北京城市学院史秀璋副教授审定通过,为教育部职业教育与成人教育司推荐教材。

读者在学习过程中,如遇到问题或者需要技术上的帮助,可以给作者发邮件并参与本站论坛讨论。

本书的案例网站测试地址: <http://auto.cqhjw.com/>

作者的电子邮箱: yuanju01@163.com

如果读者有疑问,也可以登录网站发表论坛,网址: <http://www.cqhjw.com/default1.asp>

为了方便教师教学,本书还配有教学指南、电子教案、习题答案、网站源文件和网站说课PPT(电子版)。请有此需要的教师登录华信教育资源网(www.huaxin.edu.cn或www.hxedu.com.cn)免费注册后再进行下载,有问题时请在网站留言板留言或与电子工业出版社联系(E-mail:hxedu@phei.com.cn)。

编 者

2009年1月



目 录



第 1 章 中小型网站创建概述	1
1.1 网站建设的目的	1
1.2 有效的网站规划	3
1.3 网站建设的方案	4
1.3.1 自己公司建设	4
1.3.2 购买套餐软件建设	5
1.3.3 外包专业网络公司建设	6
1.4 动态网站和静态网站的区别	6
1.5 网站建设的基本条件	7
1.6 网站建设的常用方法	8
1.7 网站建设的常用技术	8
1.8 网站建设的常用术语	14
1.8.1 虚拟主机	14
1.8.2 网页空间	15
1.8.3 静态网页与动态网页	16
1.8.4 脚本 (Scripts)	16
1.8.5 脚本权限	16
1.8.6 接入带宽	16
1.8.7 IDC (Internet Data Center)	17
1.8.8 站点流量限制	17
1.8.9 站点并发连接数限制	17
1.8.10 论坛 (BBS)	17
1.8.11 江湖	18
1.8.12 防火墙	18
1.9 企业网站的设计	18
1.9.1 建设网站的注意事项	18
1.9.2 企业网站设计的主要原则	20
1.9.3 网站的成功标志	22
1.9.4 网站的营销	23
1.10 中小型网站建设的基本流程	24
1.11 网站内容制作的流程	25
1.12 网站内容制作的详细步骤	25
1.12.1 网站主题及风格策划	25
1.12.2 网站内容规划	27

1.12.3	网站设计的技术路线	28
1.12.4	网站栏目规划及布局目录设计	29
1.12.5	导航设计	32
1.12.6	链接设计	32
1.12.7	网站资料搜集	33
1.12.8	网页设计	33
1.12.9	网上安家	33
1.12.10	域名申请	33
1.12.11	网站发布	33
1.12.12	网站宣传维护管理	33
	本章小结	34
	思考题	35
	上机练习	35
第2章	HTML 语言基础	36
2.1	HTML 概述与基本结构	36
2.1.1	HTML 的概述	36
2.1.2	HTML 的基本结构	37
2.1.3	HTML 的标签与属性	38
2.2	HTML 主体标签及属性、颜色的设定	39
2.2.1	HTML 的主体标签 <body>	39
2.2.2	颜色的设定	40
2.3	文字版面的编辑	41
2.3.1	换行标签 	41
2.3.2	换段落标签 <p> 及属性	42
2.3.3	原样显示文字标签 <pre>	42
2.3.4	居中对齐标签 <center>	43
2.3.5	引文标签 (缩排标签) <blockquote>	44
2.3.6	水平分隔线标签 <hr>	45
2.3.7	署名标签 <address>	46
2.3.8	字体属性	47
2.4	列表标签	52
2.4.1	无序列表	52
2.4.2	有序列表	53
2.4.3	嵌套列表	55
2.4.4	定义列表的标记 <dl> / <dt> / <dd>	56
2.4.5	目录列表 <dir> 和菜单列表 <menu>	57
2.5	图像标签	59
2.5.1	背景图像的设定	59
2.5.2	网页中插入图片标签 	60
2.5.3	设定字画对齐方式	62
2.5.4	图片大小设定	65
2.5.5	图像边框的设定	66

2.5.6	用 标签插入 avi 文件	66
2.6	超链接标签	67
2.6.1	链接路径	68
2.6.2	超链接的应用	70
2.7	table 表格标签	77
2.7.1	定义表格的基本语法	77
2.7.2	表格 <table> 标签的属性	79
2.7.3	表格的边框显示状态 frame	80
2.7.4	设置分隔线的显示状态 rules	81
2.7.5	表格行的设定	83
2.7.6	单元格的设定	84
2.7.7	设定跨多行多列单元格	85
2.7.8	表格的嵌套	87
2.8	网页的动态、多媒体标签	89
2.8.1	滚动字幕 <marquee>	89
2.8.2	插入多媒体文件	91
2.8.3	嵌入多媒体文件	93
2.9	表单标签	94
2.9.1	表单标记 <form>	94
2.9.2	写入标记 <input>	95
2.9.3	菜单下拉列表框 <select></select><option>	98
2.9.4	多行的文本框 <textarea></textarea>	99
	本章小结	100
	习题 2	106
	上机实习 2	107
第 3 章	SQL 语言	109
3.1	SQL 语言简介	109
3.2	SQL 语言的用法	110
3.2.1	运行 SQL 语言的环境	110
3.2.2	查询表中的数据综合案例	112
3.2.3	高级查询综合案例	121
3.2.4	插入、修改和删除数据综合案例	126
3.3	网站常用数据库功能	130
3.3.1	数据库连接	130
3.3.2	用户注册与登录	131
3.3.3	用户上传文件	131
	本章小结	133
	上机实习 3	133
第 4 章	ASP 动态网站设计基础	134
4.1	ASP 特点简介	134
4.1.1	ASP 简介	134

4.1.2	ASP 特点	135
4.1.3	ASP 工作原理	136
4.2	ASP 动态网站的优点及局限性	136
4.2.1	ASP 动态网站的优点	136
4.2.2	ASP 动态网站的局限性	137
4.3	ASP 动态网站的运行环境	137
4.4	ASP 动态网站运行环境的配置	137
4.4.1	ASP 动态网站访问数据的方式	137
4.4.2	ODBC 简介	139
4.4.3	Access 数据库系统 DSN 的配置	139
4.5	ASP 动态网站建设环境中 IIS 安装与配置	142
4.5.1	在 Windows 2000 中安装配置 IIS 服务器	142
4.5.2	在 Windows XP 中安装配置 IIS 服务器	145
4.6	Dreamweaver 中建立与编辑 ASP 动态站点	149
4.6.1	在本地硬盘定义站点文件	149
4.6.2	在 Dreamweaver 中定义网站本地站点	149
4.6.3	在 Dreamweaver 8.0 中建立数据库的连接	152
4.7	ASP 动态网站的开发工具	153
4.8	ASP 程序语法和结构简介	153
4.8.1	VBScript 简介	153
4.8.2	ASP 程序结构	154
4.8.3	ASP 语法应用综合案例	154
	本章小结	155
	习题 4	156
	上机实习 4	156
第 5 章	案例网站项目规划	158
5.1	网站工程	158
5.2	网站开发流程	159
5.3	用户需求分析	160
5.4	总体设计	163
5.5	详细设计	164
5.6	案例网站栏目的规划	165
5.6.1	栏目规划的方法	165
5.6.2	案例网站“中国西部汽车王”的栏目规划	166
5.7	案例网站风格及页面布局设计	166
5.7.1	案例网站风格设计	166
5.7.2	案例网站页面布局设计	169
5.8	案例网站“中国西部汽车王”目录结构设计	178
5.9	案例网站的导航设计	179
5.10	案例网站“中国西部汽车王”前期资料搜集	179
5.10.1	资料搜集的一般技巧	179

5.10.2	案例网站前期资料搜集	183
5.11	案例网站“中国西部汽车王”模板设计	183
5.11.1	Dreamweaver 模板的概念	183
5.11.2	定义模板区域	184
5.11.3	创建 Dreamweaver 模板	184
5.11.4	创建可编辑区域	185
5.11.5	编辑和更新模板	185
5.11.6	模板结构	185
5.11.7	案例网站“中国西部汽车王”的模板设计	186
	本章小结	190
	习题 5	190
	上机实习 5	190
第 6 章	案例网站页面制作技巧	191
6.1	案例网站“中国西部汽车王”首页制作	191
6.1.1	案例网站首页内容布局	191
6.1.2	案例网站首页内容制作	191
6.2	案例网站子页面设计技巧	200
6.2.1	设计原则	201
6.2.2	使用模板设计案例网站子页面	201
	本章小结	207
	习题 6	208
	上机实习 6	208
第 7 章	数据库表建立及在案例网站中的应用	209
7.1	数据库的创建	209
7.1.1	关系型数据库简介	209
7.1.2	Access 数据库的创建	210
7.2	案例网站本站点的定义	214
7.2.1	在本地硬盘定义案例站点文件	214
7.2.2	在 Dreamweaver MX 中定义案例网站本地站点	214
7.3	数据库的链接	215
7.3.1	DSN 的定义	215
7.3.2	DSN 连接的创建	218
7.4	案例网站“中国西部汽车王”数据库表的创建及在网站中的应用	219
7.4.1	新闻系统数据库表的创建及在案例网站中的应用	219
7.4.2	留言本数据库创建及在案例网站中的应用	223
7.4.3	计数器系统数据库表的创建及在案例网站中的应用	228
7.4.4	用户系统数据库表的创建及在案例网站中的应用	230
7.5	案例网站“中国西部汽车王”查询系统的设计	238
	本章小结	242
	习题 7	242
	上机实习 7	243

第8章 案例网站后台数据管理	244
8.1 管理登录模块	245
8.2 用户管理	247
8.3 新闻管理	250
8.3.1 增添新闻	250
8.3.2 删除新闻	251
8.4 留言管理	252
本章小结	254
习题8	254
上机实习8	254
第9章 网站发布	255
9.1 申请空间和域名	255
9.1.1 域名知识介绍	255
9.1.2 申请顶级域名	258
9.1.3 申请免费域名	260
9.1.4 申请空间	260
9.1.5 案例网站的域名及空间	261
9.2 网站上传	261
9.2.1 Dreamweaver 的 FTP 上传	261
9.2.2 Cute FTP 上传	262
本章小结	266
习题9	266
上机实习9	267
第10章 网站管理、维护及安全	268
10.1 网站备案	268
10.1.1 为什么要进行网站备案	268
10.1.2 网站备案的流程	268
10.2 网站宣传	269
10.2.1 利用搜索引擎宣传	269
10.2.2 免费广告宣传	271
10.2.3 加入各种广告交换	271
10.2.4 与其他网站做友情链接	271
10.2.5 利用电子邮件组	272
10.2.6 使用邮件广告网	272
10.2.7 利用新闻组	272
10.2.8 利用邮件签名	272
10.2.9 利用留言板、聊天室和 BBS 论坛	272
10.2.10 通过传统新闻媒体进行宣传	272
10.3 网站的日常维护与更新	273
10.3.1 网站维护	273
10.3.2 网站更新	274

10.4 网站的安全	275
10.4.1 网站被攻击的类型	275
10.4.2 网站页面安全	276
10.4.3 网站数据库的安全	282
10.4.4 防范 SQL 注入攻击	282
本章小结	286
习题 10	287

第1章 中小型网站创建概述



【学习导读】

本章主要介绍网站创建的一些整体性的知识,如网站建设前期的准备工作,即网站建设技术的选用,网站建设的常用术语及技术等,重点要掌握网站创建的流程,网站建设的注意事项及相关术语。本章给读者建设一个网站的整体思路,使读者掌握网站建设的全过程。

【学习目标】

- 了解网站建设的常见技术。
- 了解网站运作的基本原理。
- 掌握网站创建的流程。
- 掌握网站策划的技巧。

1.1 网站建设的目的

在目前环境状况下,网站建设的目的是为各单位对外设立一个开放的窗口,让所有需要向外传播的信息全面展示在世界面前,以期得到外界的反馈和咨询,同时赢得更广泛的客户资源。

基于此目的建设的网站应该具备什么样的功能,以及采取什么样的表现形式,并没有统一的模式。一般来说,网站建设的经营战略、财务预算与当时的建站目的等因素有着直接关系。尽管每个网站规模不同,表现形式各有特色,但从经营的实质上来说,不外乎信息发布和宣传单位这两种基本形式。网站作为一种信息载体,主要功能定位于信息发布,包括公司新闻、法规信息、反馈信息等客户所关心的内容,多用于单位品牌推广以及沟通,这些内容也是所有网站所必需的基本内容。对于门户型网站,在网上经营进程中并非都一步到位,在真正开展电子商务之前,网站的内容通常也是以信息发布为主。

根据单位所在行业的特点和经营模式,可以有以下几方面。

1. 有利于提升企业形象

一般来说,企业建立自己的网站,不大可能马上给企业带来新客户、新生意,也不大可能马上大幅度提升企业业绩。企业网站的作用更类似于企业在报纸和电视上所做的宣传公司本身及品牌的广告。不同之处在于企业网站容量更大,企业几乎可以把任何想让客户及公众知道的内容放入网站。此外,相对来说,建立企业网站的费用也比其他广告方式要低得多。

企业网站一年的费用仅为3~4万,如企业在报纸上做广告,半个版面,几天时间就要花掉几十万。当然,网站和广告是两种不同的宣传方式,各有不同的作用,它们之间更多的是互相补充,而不是互相排斥。企业如拥有自己的网站,应在各种广告中尽量地推介该网站,并把具体的内容放入网站中。

2. 使公司具有网络沟通能力

在中国,人们对互联网络往往有所误解,以为电子信箱就是互联网络。我们见过不少公司,将电子邮件地址当成网站,并印在名片上。实际上,电子邮件只是互联网络中最常用,最简单的功能之一。互联网络真正的内涵在于其内容的丰富性,几乎无所不包。对于一个企业来说,其具有网络沟通能力的标志是公司拥有自己的独立网站,而非电子信箱。

3. 可以全面详细地介绍公司及公司产品

公司网站的一个最基本的功能,就是能够全面、详细地介绍公司及公司产品。事实上,公司可以把任何想让人们知道的东西放入网站,如公司简介、公司的厂房、生产设施、研究机构、产品的外观、功能及其使用方法等,都可以展示于网上。

4. 实现电子商务功能

你可以在网站上为你的企业实现电子商务功能。你可以在网站上发布以下内容。

A 实时新闻发布系统:在线 Web 发布公司新闻及各种行业新闻、动态、船期等;

B 实时报价系统(如运输行业):海运整柜、海运散货、空运报价、拖车报价、快件报价,在线订舱系统(客户订舱→订舱接收→订舱反馈)、货物跟踪查询系统;

C 在线下载系统:包括在线管理、在线发布等;

D 电子商城系统:可以在网上开家自己的商店;

E 客户留言板、在线调查、招聘系统、邮件列表、BBS 论坛等。

5. 可以与客户保持密切联系

在美国,每当人们想知道某公司有什么新产品,新服务,或旧产品和服务有什么变化,甚至只是想知道该公司有什么新闻,他们都会习惯性地进入该公司的网站。因为外国公司已经习惯于把所有的新产品和服务信息发布于网上,并且定期在网上发布有关公司的消息。中国公司与客户之间现在暂时还不习惯于这种联系方式,而中国企业的网站内容一般也隔较长时间才更新一次。但随着越来越多的公司在网上发布产品和信息,这种情况将会发生明显的变化。毕竟,已经有越来越多的公司具有网络能力,并逐渐习惯于用网络进行沟通。

6. 可以与潜在客户建立商业联系

与潜在客户建立商业联系是企业网站最重要的功能之一,也是为什么那么多的国外企业非常重视网站建设的根本原因。现在,世界各国大的采购商都是主要利用互联网络来寻找新的产品和新的供应商,这样做费用最低,效率最高。原则上,全世界任何地方的人,只要知道了公司的网站,就可以看到公司的产品。关键在于如何将公司网站推介出去。一种非常实用而有效的方法是将公司的网站登记在全球著名的搜索引擎(如 yahoo, baidu, google 等)



上,并选择与公司的产品及服务有关的关键字,则可以使潜在的客户能够容易地找到公司和产品。这正是国际商业上通行的做法,而且被实践证明是十分有效的。

7. 可以降低通信费用

对于不少企业来说,每年的通信费用,尤其是涉及进出口的通信费用,是一笔庞大的费用。利用公司网站所提供的多个电子信箱,可以有效地降低通信费用,这是企业网站的一个很实际的好处(利用 E-mail 通信的费用仅为市话费用)。

8. 可以利用网站及时得到客户的反馈信息

客户一般是不会积极主动地向公司反馈信息的。如公司在设计网站时,加入专门用于客户与公司联系的电子邮件和电子表格,由于使用极其方便,相对来说,一般客户还是比较乐于使用这种方式与公司进行联系的。因此,公司可以得到大量的客户意见和建议。

1.2 有效的网站规划

知道了网站的用途后,我们即可进行网站内容的规划,在规划之前有一个概念很重要,为谁而战,为何而战,很多网站这一点都做得不是很好,以下举一个例子予以介绍。

据我们观察,在全世界普遍的一个通病,不管大网站、小网站,普遍都存在一个非常严重的问题,即网站的企划文案是最重要的,但网站中的内容,全然不顾客户的感受。

下面将以一个销售音响的公司进行介绍。

大部分的网站,在首页的主要链接项目如下:

公司简介 最新消息 经营理念 产品介绍 联络我们 返回首页

当网友进来后,在最主要的页面,最重要的位置,滔滔不绝地向网友介绍本公司规模如何大、理念有多好、历史有多悠久、甚至做过什么好人好事、公司人员图片、厂房、设备等,或说我们的服务有多好多好。

如果这个网站是上市公司所有,为了给股东看的,那方向没错,但如果不是的话,你的公司有多大,理念有多好,关网友何事呢?东西都还没看到咧!大部分的网友是因你的各种广告或搜寻而来到这个网站的。

这样的网站,并非做给网友或顾客看的,而是做给自己看的,完全不理睬来到你的网站的准客户感受,不尊重来到你网站的准客户。对网络行销而言,这是非常糟糕的一件事情,绝对不是网络行销的好方法。

网络跟传统市场最大的不同是,网络是开放的,你可以把它想象为无政府无制度可言的世界。你无法用原本的传统行销观念来控制市场,你必须与网友交流互动。这里的交流互动并非指你要架设留言版或讨论区,而是指你必须设身处地地了解每一位你的准客户要知道的是哪些。

应该非常尊重每一位来到你网站的准顾客,提供给他们想要的信息与需求。重要的内容不应埋藏太深,不应让顾客在网站来回寻找所要的资料。我们将以上的规则做一些变动,你看看是不是比较贴切。

以下内容是改动后的策划。

亲爱的网友透过本网站,你会了解到以下内容:



- 如何选择一台适合你的音响?
- 音响的好坏要怎么辨别?
- 为何我们的音响这么多人买?
- 本公司出品的音响的优点是什么, 和其他品牌有何不同?
- 音响价格性差异如此大, 怎样买才不会吃亏?
- 如何买我们的音响, 要去哪里购买?
- 买了我们的音响后有没有售后服务, 有没有保证?
- 我们的音响如何在本网站中购买, 现在买是否有优惠?
- 在平时你应该如何保养你的音响, 才能够让你的音响保持最佳状态?
- 我们的音响功能有哪些?
- 目前最流行的音响是什么?
- 目前国内音响跟国外的比较差异性为何?
- 我们的不良率为何比同业低?
- 音响要怎么制造, 我们是在哪里制造的, 有哪些技术及配备制造?
- 我们公司及厂房的介绍。
- 如何跟我们联络呢?

把自己设想成客户, 有很多都不懂, 都想要了解, 以客户最想了解的信息为标题并做相关链接, 方便客户寻找解决问题的资料。这样一来参观你网站的网友, 便能在最短的时间了解自己的需求。另外在每个网页里, 尽量使客户可以方便订购或下单或联络贵公司, 比如: 每页都出现电话。不要让网友想要成为你的顾客的时候, 难以找到你的联络方式, 那他可能就会放弃了。

另外尽可能在首页上不要提供无聊的 Flash 动画, 除非你的行业真的需要, 因为网友来到你的网站不是为了要看美美的动画, 这样并不会给你的形象加分, 如果真的需要 Flash 动画, 也请务必让网页一打开就可以看到 Skin 或跳过动画等按钮, 网友的耐心是有限的, 不要考验他的耐心, 否则你将可能失去一个顾客。

如果可以的话, 将网站中的资料规划得越详尽越好, 因为网友如果是透过搜寻引擎来的, 必定是想找到他想要的信息, 这时候他不只会比较一个网站, 如果你的网站, 资料详细且确实, 容易浏览, 线条清楚, 则可提高网友在贵站的停留时间, 这样可以减少网友浏览的其他网站的数目。

在网络上一向是越详尽且真实的资料越能够得到形象与信赖度的加分, 但是要注意你的竞争对手网站, 如果有一模一样的产品, 且价格比贵站还要低的话, 顾客还是会向低价低头的, 除非你提供他需要或重视的服务。如果竞争对手多, 但在搜寻引擎上他的排名跟你相差甚远, 那你可以不考虑网站的价格或内容, 因为你的网友根本没机会比较到其他网站。

1.3 网站建设的方案

1.3.1 自己公司建设

一般非网站建设公司想要建设一套可发挥网络营销效果的网站, 其成本是相当高的。最