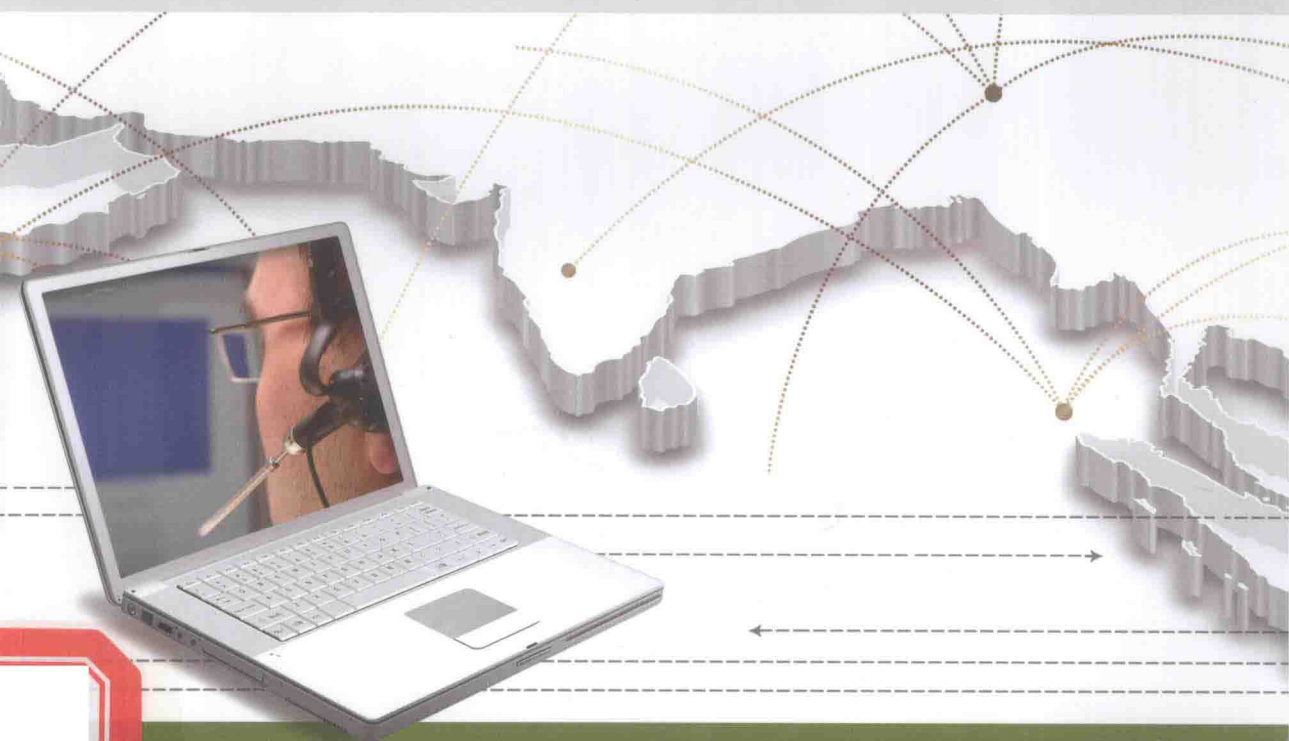


高等职业教育 理实一体化 规划教材 电子商务专业

# 网络营销实务

◆ 孟昊雨 主编

◆ 池 宁 曾步植 梁国喜 施文钢 副主编



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



配备  
电子课件

高等职业教育理实一体化规划教材·电子商务专业

# 网络营销实务

孟昊雨 主 编

池 宁 曾步植 副主编  
梁国喜 施文钢

電子工業出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京·BEIJING

## 内 容 简 介

本书介绍了网络营销的基本原理与技巧,重点介绍围绕搜索引擎排名开展的传统网络营销技能以及围绕移动社交网络开展的新型网络营销技能,结合实际案例与营销软件对网络营销在真实商务活动中的应用进行阐述。

本书既涵盖了 B2C、C2C 电子商务平台销售、搜索引擎营销、网络广告营销、电子邮件营销等传统主流网络营销方式,又深入阐述了微博、微信等新兴移动社交网络营销方式。同时本书站在营销者角度介绍了网络支付、商家接入、物流配送以及网络经营中相关的法律法规。

本书职业特征鲜明,逻辑清晰,形式生动活泼,适合作为高职院校电子商务专业学生相关课程的教材,也可作为网络营销爱好者的参考资料。

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

网络营销实务 / 孟昊雨主编. —北京: 电子工业出版社, 2014.9

高等职业教育理实一体化规划教材. 电子商务专业

ISBN 978-7-121-24139-0

I. ①网… II. ①孟… III. ①网络营销—高等职业教育—教材 IV. ①F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2014)第 191754 号

策划编辑: 徐建军 (xujj@phei.com.cn)

责任编辑: 郝黎明

印 刷: 三河市双峰印刷装订有限公司

装 订: 三河市双峰印刷装订有限公司

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: 787×1 092 1/16 印张: 12 字数: 307.2 千字

版 次: 2014 年 9 月第 1 版

印 次: 2014 年 9 月第 1 次印刷

印 数: 3 000 册 定价: 29.00 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 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。

在我国,互联网已经像有线电视和无线电话一样成为一项非常重要的基础设施,电子商务已经成为人们的生产、生活的一部分,通过互联网进行商品的营销正成为一种时尚,也成为企业市场转型的主流方向。网络营销已经成为高校的各大专业纷纷开设的热门课程。

随着人们网络购物规模化的形成,越来越多企业将市场向网络转移。不管是主动的还是被动的,电子商务已经逐渐成为了人们工作生活中不可或缺的一部分。在各类企业纷纷将自己的市场从传统市场向网络市场转移过程中,具备网络营销技能的人才成为企业争相追逐的对象。而“网络营销”也成为电子商务专业中的一门非常重要的核心课程。

“网络营销”在电子商务专业中是一门知识复合性和实践性很强的专业核心课程。当前各类市场与互联网上关于“网络营销”的书籍、资料很多,但是真正可用于指导学生进行相关理论学习与实践的优秀教材少之又少。有的教材把重点放在了网站开发上、有的教材把重点放在了网店管理上,也有的教材只是简单地把计算机互联网技术内容与市场营销内容进行简单的合并就构成了“网络营销”教材,这样既不能把互联网技术与营销有机地结合,也不能给学生实践以真实感的指导。另外,由于网络营销技术从最初的网页形式 B2C、C2C 网站到之后的搜索引擎营销,发展到当前围绕微博、微信的移动社交网络营销,技术更新速度非常快,而几年前的网络营销教材基本上很少对移动社交网络营销有作深入阐述的。

本书教学目标重点在于使学生全面了解和掌握当前网络营销最新的方法、技术和活动规律;培养学生能针对网络营销目标分析、策划出一整套网络营销方案,掌握通过实施和评估使网络营销目标的访问量、搜索结果排名、转化率等评估数据显著上升的网络营销实战方法;培养学生的沟通、团队协作、分析问题、解决问题等综合能力。教会学生通过分析、策划、实施、评估,从而实现网络营销目标转化率提高,日均访问量增长,搜索引擎关键词搜索排名上升,谷歌 PR 值、搜狗 SR 值等网络运营数据的提高。

本书共 14 章,章节依据 2~3 课时为教学单元设计,便于教师教学设计和实施。本书在内容上的安排如下。

第 1、2 章主要围绕“网络营销的基本概念”和“营销者角度的网络营销”进行网络营销基本概念的阐述,以及当前网络营销相关平台应用的简单介绍。

第 3~7 章主要围绕“网络广告营销”、“搜索引擎营销”、“邮件营销”、“病毒营销”、“论坛营销”等传统主流网络营销的概念和技巧进行深入的讲解和分析。

第 8~10 章主要围绕“博客营销”、“微博营销”、“微信营销”等新型移动社交网络营销的概念和技巧进行讲解和分析。

第 11 章主要围绕当前网络营销经常用到的推广平台和网店平台进行介绍,并介绍了如何选择适合网络销售的产品。

第 12 章主要介绍网络营销主流的网络支付方式,以及网络经营中的物流配送相关知识。

第13章主要是对网络营销所必备的互联网技术原理和概念进行阐述。

第14章主要是针对“网络营销实务”课程相关的知识点和技能点设计出结合真实项目的综合实践教学环节,老师通过真实的工作流程、真实的考评参数进行真实实践管理,可解决传统电子商务教学中遇到的问题,使学生的综合能力得到有效提升,取得满意的教学效果。

附录A主要是介绍网络经营中必然会遇到的相关法律法规知识。

本书由温州职业技术学院的孟昊雨老师担任主编,负责总体策划和制定编写大纲,并负责第3~7、9~13章内容的编写。由浙江东方职业技术学院的池宁、温州科技职业学院的曾步植、温州职业技术学院的梁国喜和民生证券法规法律管理总部的施文钢担任副主编,其中池宁负责第8章内容的编写,曾步植负责第1章内容的编写,梁国喜负责附录A内容的编写,施文钢负责第2、14章内容的编写。全书由孟昊雨统稿。参加编写工作的还有温州职业技术学院胡林娜、王璋。

本书体现了作者团队近年教学改革积累的经验,作者团队也花费了大量的时间和精力进行材料收集、整理、内容编写。编写期间参考了许多线上线下他人的成果和经验,未能对所引用的内容来源一一指出,在此一并表示衷心的感谢。

为了方便教师教学,本书配有电子教学课件及相关资源,请有此需要的读者可登录华信教育资源网([www.hxedu.com.cn](http://www.hxedu.com.cn))注册后免费进行下载,如有问题可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](mailto:hxedu@phei.com.cn))。

由于时间仓促、水平有限,难免存在疏漏和不足,恳请同行专家和读者能给予批评和指正。

编 者

|                                  |    |
|----------------------------------|----|
| 第 1 章 网络营销概述 .....               | 1  |
| 1.1 网络营销的概念 .....                | 1  |
| 1.1.1 网络营销经典案例 .....             | 1  |
| 1.1.2 主流网络营销技巧介绍 .....           | 2  |
| 1.2 网络营销的特点 .....                | 6  |
| 1.2.1 跨时差性和跨地域性 .....            | 6  |
| 1.2.2 信息的多样性 .....               | 6  |
| 1.2.3 交互性和纵深性 .....              | 6  |
| 1.2.4 个性化 .....                  | 7  |
| 1.2.5 狭隘性 .....                  | 7  |
| 1.2.6 低成本性 .....                 | 7  |
| 1.2.7 技术性 .....                  | 7  |
| 1.3 消费者喜欢的功能与服务 .....            | 7  |
| 1.3.1 定位明确、主题清晰、内容专业 .....       | 7  |
| 1.3.2 内容管理合理归类、相互关联 .....        | 8  |
| 1.3.3 合理的首页布局 .....              | 8  |
| 1.3.4 完善的交互功能 .....              | 8  |
| 1.3.5 品牌及形象展示 .....              | 9  |
| 1.3.6 其他基本运营指标 .....             | 9  |
| 1.4 网络消费者使用的主流应用 .....           | 9  |
| 1.4.1 腾讯 QQ 及相关产品 .....          | 9  |
| 1.4.2 百度搜索引擎及相关产品 .....          | 10 |
| 1.4.3 新浪博客、微博 .....              | 10 |
| 1.4.4 淘宝、天猫、京东、拍拍 .....          | 11 |
| 1.4.5 各类论坛社区 .....               | 12 |
| 1.4.6 视频网站 .....                 | 12 |
| 1.4.7 网络游戏 .....                 | 13 |
| 1.4.8 其他网络信息平台 .....             | 13 |
| 1.5 实训任务 .....                   | 14 |
| 1.5.1 实训任务 1: 信息门户型网站分析 .....    | 14 |
| 1.5.2 实训任务 2: C2C 电子商务网站分析 ..... | 14 |

|                       |    |
|-----------------------|----|
| 第2章 营销者角度的网络营销        | 15 |
| 2.1 网络营销工作内容与目标       | 15 |
| 2.1.1 网络销售            | 15 |
| 2.1.2 网络推广            | 15 |
| 2.2 营销者角度优秀网站的功能性标准   | 15 |
| 2.2.1 注册用户VIP分级管理功能   | 16 |
| 2.2.2 完善的商业信息编辑功能     | 16 |
| 2.2.3 强大的数据分析功能       | 16 |
| 2.2.4 订单管理功能          | 16 |
| 2.3 营销者角度优秀网站的运营标准    | 16 |
| 2.3.1 IP访问量与PV访问量     | 16 |
| 2.3.2 网站转换率           | 17 |
| 2.3.3 回访者比率           | 17 |
| 2.3.4 订单转化率           | 17 |
| 2.3.5 单笔订单成本          | 17 |
| 2.3.6 单个访问者成本         | 17 |
| 2.3.7 谷歌PR值           | 17 |
| 2.3.8 Alexa世界网站排名     | 18 |
| 2.4 网站经营管理常用工具        | 18 |
| 2.4.1 流量分析工具          | 18 |
| 2.4.2 SEO工具           | 19 |
| 2.5 实训任务              | 20 |
| 2.5.1 实训任务1: 网站运营参数计算 | 20 |
| 2.5.2 实训任务2: 站长网应用    | 20 |
| 第3章 网络广告营销            | 22 |
| 3.1 网络广告营销基本概念        | 22 |
| 3.2 网络广告特点            | 22 |
| 3.2.1 传播对象面广          | 22 |
| 3.2.2 表现手段丰富多彩        | 22 |
| 3.2.3 制作成本低           | 22 |
| 3.2.4 时效长             | 23 |
| 3.2.5 信息面广            | 23 |
| 3.2.6 多对多的传播过程        | 23 |
| 3.2.7 具有纵深性和交互性       | 23 |
| 3.2.8 跟踪统计功能强         | 23 |
| 3.2.9 网络广告营销的局限性      | 23 |
| 3.3 经典网络广告展示          | 24 |
| 3.3.1 弹窗广告            | 24 |

|       |                                      |    |
|-------|--------------------------------------|----|
| 3.3.2 | 视频广告播放窗 .....                        | 24 |
| 3.3.3 | 对联广告 .....                           | 24 |
| 3.3.4 | 横幅广告 .....                           | 25 |
| 3.3.5 | 巨屏广告 .....                           | 25 |
| 3.3.6 | 文字广告 .....                           | 26 |
| 3.3.7 | 中心 BANNER 广告 .....                   | 26 |
| 3.3.8 | 图片按钮广告 .....                         | 26 |
| 3.4   | 网络广告的价格 .....                        | 27 |
| 3.4.1 | 主流收费模式 .....                         | 27 |
| 3.4.2 | 网络广告收费模式计算案例 .....                   | 27 |
| 3.5   | 网络广告价值评估 .....                       | 27 |
| 3.5.1 | 如何得到网站的真实流量 .....                    | 28 |
| 3.5.2 | 分析流量的点击率 .....                       | 28 |
| 3.5.3 | 分析流量相关性 .....                        | 28 |
| 3.6   | 网络窄告 .....                           | 28 |
| 3.6.1 | 窄告概念 .....                           | 28 |
| 3.6.2 | 窄告的运作原理 .....                        | 29 |
| 3.7   | 实训任务 .....                           | 30 |
| 3.7.1 | 实训任务 1: 网络广告横幅图片设计 .....             | 30 |
| 3.7.2 | 实训任务 2: 分析针对特定产品, 不同网站广告位的价值区别 ..... | 30 |
| 第 4 章 | 搜索引擎营销 .....                         | 31 |
| 4.1   | 搜索引擎营销基本概念 .....                     | 31 |
| 4.2   | 搜索引擎概念及分类 .....                      | 31 |
| 4.2.1 | 全文索引搜索引擎 .....                       | 31 |
| 4.2.2 | 目录索引搜索引擎 .....                       | 32 |
| 4.2.3 | 元搜索引擎 .....                          | 32 |
| 4.2.4 | 垂直搜索引擎 .....                         | 32 |
| 4.2.5 | 集合式搜索引擎 .....                        | 32 |
| 4.2.6 | 门户搜索引擎 .....                         | 32 |
| 4.2.7 | 免费链接列表 .....                         | 32 |
| 4.3   | 搜索引擎工作原理 .....                       | 32 |
| 4.3.1 | 搜索引擎的基本工作原理 .....                    | 32 |
| 4.3.2 | 百度与谷歌算法区别 .....                      | 33 |
| 4.3.3 | 目录索引搜索引擎与全文索引搜索引擎的区别 .....           | 34 |
| 4.4   | 关键词策略 .....                          | 35 |
| 4.4.1 | 关键词概念 .....                          | 35 |
| 4.4.2 | 网站关键词构成 .....                        | 35 |
| 4.4.3 | 关键词策略设计 .....                        | 37 |

|       |                       |    |
|-------|-----------------------|----|
| 4.5   | SEO 搜索引擎优化简介          | 39 |
| 4.5.1 | SEO 基本概念              | 39 |
| 4.5.2 | SEO 出发点的搜索引擎排名原理      | 39 |
| 4.5.3 | SEO 工作要点              | 39 |
| 4.6   | 搜索引擎搜索推广业务            | 39 |
| 4.6.1 | 百度搜索推广概述              | 39 |
| 4.6.2 | 搜索推广优势                | 43 |
| 4.7   | 实训任务                  | 43 |
| 4.7.1 | 实训任务 1: 关键词策略设计       | 43 |
| 4.7.2 | 实训任务 2: 百度竞价排名业务实训    | 44 |
| 第 5 章 | 邮件营销                  | 45 |
| 5.1   | 邮件营销的概念               | 45 |
| 5.2   | 邮件营销的前提               | 45 |
| 5.2.1 | 基于用户许可                | 45 |
| 5.2.2 | 通过 E-mail 传递信息        | 46 |
| 5.2.3 | 信息对用户有价值              | 46 |
| 5.3   | 邮件列表                  | 46 |
| 5.3.1 | 邮件列表概念                | 46 |
| 5.3.2 | 邮件列表分类                | 46 |
| 5.3.3 | 邮件列表的作用               | 46 |
| 5.3.4 | 邮件列表的建立案例——腾讯 QQ 邮件列表 | 47 |
| 5.4   | 邮件营销的评价指标             | 51 |
| 5.4.1 | 打开率                   | 51 |
| 5.4.2 | 点击率                   | 51 |
| 5.4.3 | 送达率                   | 51 |
| 5.4.4 | 退订/反订阅                | 51 |
| 5.4.5 | 退信数                   | 51 |
| 5.5   | 邮件营销的实施               | 51 |
| 5.5.1 | 前期准备                  | 51 |
| 5.5.2 | 实施步骤                  | 52 |
| 5.5.3 | 邮件营销实施技巧              | 54 |
| 5.6   | 邮件营销的常用工具             | 55 |
| 5.7   | 电子邮件营销的优缺点            | 57 |
| 5.7.1 | 电子邮件营销的优势             | 57 |
| 5.7.2 | 电子邮件营销的劣势             | 58 |
| 5.8   | 邮件营销的趋势               | 59 |
| 5.8.1 | 个性化                   | 59 |
| 5.8.2 | 标签化                   | 60 |

|       |                            |    |
|-------|----------------------------|----|
| 5.8.3 | 多屏化 .....                  | 60 |
| 5.8.4 | 价值体现 .....                 | 60 |
| 5.9   | 实训任务 .....                 | 60 |
| 5.9.1 | 实训任务 1: 邮件单页的设计 .....      | 60 |
| 5.9.2 | 实训任务 2: 邮件营销大师的使用 .....    | 60 |
| 第 6 章 | 病毒式营销 .....                | 61 |
| 6.1   | 基本概念 .....                 | 61 |
| 6.2   | 病毒式营销的特点 .....             | 61 |
| 6.2.1 | 吸引力的病原体 .....              | 61 |
| 6.2.2 | 几何级数增长的传播速度 .....          | 62 |
| 6.2.3 | 高效率接收 .....                | 62 |
| 6.2.4 | 更新速度快 .....                | 62 |
| 6.3   | 病毒式营销的载体形式 .....           | 62 |
| 6.3.1 | 免费的服务 .....                | 62 |
| 6.3.2 | 便民服务 .....                 | 63 |
| 6.3.3 | 节日祝福 .....                 | 63 |
| 6.3.4 | 精美网页 .....                 | 63 |
| 6.3.5 | 口头传递 .....                 | 63 |
| 6.3.6 | 人际关系网络 .....               | 64 |
| 6.3.7 | 事件策划 .....                 | 64 |
| 6.4   | 病毒式营销的一般规律 .....           | 64 |
| 6.4.1 | 病毒式营销的“病毒”有一定的界限 .....     | 64 |
| 6.4.2 | 成功的病毒式营销的六个基本要素 .....      | 64 |
| 6.4.3 | 病毒式营销需遵照一定的步骤和流程 .....     | 64 |
| 6.4.4 | 病毒式营销方案设计需要成本 .....        | 65 |
| 6.4.5 | 网络营销信息不会自动传播, 需要借助推广 ..... | 65 |
| 6.5   | 病毒式营销的实施 .....             | 65 |
| 6.5.1 | 总体实施步骤 .....               | 65 |
| 6.5.2 | 独特创意 .....                 | 66 |
| 6.5.3 | 传播渠道 .....                 | 66 |
| 6.5.4 | 发布推广 .....                 | 66 |
| 6.5.5 | 跟踪管理 .....                 | 66 |
| 6.6   | 病毒式营销的优缺点 .....            | 66 |
| 6.6.1 | 病毒式营销的优点 .....             | 66 |
| 6.6.2 | 病毒式营销的缺点 .....             | 67 |
| 6.7   | 病毒式营销的案例 .....             | 67 |
| 6.7.1 | 吃垮必胜客 .....                | 67 |
| 6.7.2 | Hotmail “追尾” .....         | 67 |

|       |                                   |    |
|-------|-----------------------------------|----|
| 6.7.3 | Google 邮箱 .....                   | 68 |
| 6.7.4 | 百度指数 .....                        | 68 |
| 6.7.5 | 某个中奖页面 .....                      | 68 |
| 6.8   | 实训任务 .....                        | 68 |
| 6.8.1 | 实训任务 1: 病毒式营销策划 .....             | 68 |
| 6.8.2 | 实训任务 2: 分析微信红包病毒式营销的方法特征及效果 ..... | 68 |
| 第 7 章 | 论坛营销 .....                        | 69 |
| 7.1   | 论坛营销的基本概念 .....                   | 69 |
| 7.2   | 论坛营销的特点 .....                     | 70 |
| 7.2.1 | 论坛营销关注度高、效果好 .....                | 70 |
| 7.2.2 | 论坛活动具有强大的聚众能力 .....               | 70 |
| 7.2.3 | 论坛营销成本低, 可信度高 .....               | 70 |
| 7.2.4 | 互动、交流信息精准度高 .....                 | 70 |
| 7.2.5 | 搜索引擎友好度高, 企业商业信息易收录 .....         | 70 |
| 7.3   | 企业自建论坛营销操作步骤 .....                | 70 |
| 7.3.1 | 平台搭建 .....                        | 70 |
| 7.3.2 | 版块设置 .....                        | 71 |
| 7.3.3 | 自建论坛的运营管理 .....                   | 72 |
| 7.4   | 第三方论坛营销 .....                     | 73 |
| 7.4.1 | 第三方论坛营销概念 .....                   | 73 |
| 7.4.2 | 第三方论坛营销的步骤 .....                  | 73 |
| 7.5   | 论坛营销的重要技巧 .....                   | 74 |
| 7.5.1 | 论坛数据库的建立 .....                    | 74 |
| 7.5.2 | 论坛软文营销 .....                      | 75 |
| 7.5.3 | 论坛软文推广 .....                      | 75 |
| 7.5.4 | 营销组合策略 .....                      | 75 |
| 7.5.5 | 开展论坛活动 .....                      | 76 |
| 7.6   | 论坛营销文案的编写 .....                   | 76 |
| 7.7   | 论坛营销案例 .....                      | 77 |
| 7.8   | 实训任务 .....                        | 78 |
| 7.8.1 | 实训任务 1: 论坛数据库建立 .....             | 78 |
| 7.8.2 | 实训任务 2: 营销软文的编写 .....             | 78 |
| 第 8 章 | 博客营销 .....                        | 79 |
| 8.1   | 博客营销概述 .....                      | 79 |
| 8.1.1 | 博客 .....                          | 79 |
| 8.1.2 | 博客营销 .....                        | 80 |
| 8.1.3 | 博客和博客营销关系 .....                   | 80 |

|       |                         |    |
|-------|-------------------------|----|
| 8.2   | 博客营销的特点                 | 81 |
| 8.3   | 博客营销的价值                 | 81 |
| 8.3.1 | 博客营销可以直接带来潜在用户          | 81 |
| 8.3.2 | 博客营销是一种免费的网络推广          | 81 |
| 8.3.3 | 博文可以为企业网站通过搜索引擎引流       | 81 |
| 8.3.4 | 博文可以方便地增加企业网站的反向链接数量    | 82 |
| 8.3.5 | 实现更低的成本消费者互动及行为研究       | 82 |
| 8.3.6 | 博客可以建立权威和品牌效应           | 82 |
| 8.3.7 | 博客让营销人员从被动的媒体依赖转向自主发布信息 | 82 |
| 8.4   | 博客营销的方法                 | 82 |
| 8.4.1 | 博客定位                    | 82 |
| 8.4.2 | 博客平台选择                  | 83 |
| 8.4.3 | 博客写手                    | 83 |
| 8.4.4 | 博客软文撰写                  | 83 |
| 8.4.5 | 博客推广运营                  | 84 |
| 8.5   | 博客营销的发展趋势               | 85 |
| 8.6   | 实训任务                    | 86 |
| 8.6.1 | 实训任务 1: 新建博客            | 86 |
| 8.6.2 | 实训任务 2: 博客推广            | 86 |
| 第 9 章 | 微博营销                    | 87 |
| 9.1   | 微博营销概述                  | 87 |
| 9.1.1 | 微博概念                    | 87 |
| 9.1.2 | 知名微博平台介绍                | 87 |
| 9.1.3 | 微博营销                    | 89 |
| 9.2   | 微博营销与博客营销的区别            | 90 |
| 9.2.1 | 信息源的表现形式差异              | 90 |
| 9.2.2 | 信息传播模式的差异               | 90 |
| 9.2.3 | 用户获取信息及行为的差异            | 91 |
| 9.3   | 微博营销的特点                 | 91 |
| 9.3.1 | 立体化、高速度、覆盖广             | 91 |
| 9.3.2 | 便捷性与广泛性、成本小             | 91 |
| 9.3.3 | 针对性强、互动性强、拉近距离          | 91 |
| 9.3.4 | 高技术性、浏览页面佳              | 91 |
| 9.4   | 微博营销的方法                 | 91 |
| 9.4.1 | 微博定制                    | 91 |
| 9.4.2 | 内容发布                    | 93 |
| 9.4.3 | 开展微活动                   | 94 |
| 9.4.4 | 营销型微博运营                 | 95 |

|        |                    |     |
|--------|--------------------|-----|
| 9.5    | 微博营销的缺点            | 97  |
| 9.6    | 实训任务               | 97  |
| 9.6.1  | 实训任务 1: 新建微博实训     | 97  |
| 9.6.2  | 实训任务 2: 微博活动策划     | 98  |
| 第 10 章 | 微信营销               | 99  |
| 10.1   | 微信简介               | 99  |
| 10.2   | 微信公众平台             | 100 |
| 10.3   | 微信营销与微博营销比较        | 101 |
| 10.3.1 | 广度与深度              | 101 |
| 10.3.2 | 曝光率                | 101 |
| 10.3.3 | 活体广告板              | 101 |
| 10.3.4 | 细化营销渠道             | 101 |
| 10.3.5 | 延伸的行业应用——公众账号的接口应用 | 101 |
| 10.4   | 微信营销的方式            | 101 |
| 10.4.1 | 粉丝发展式——贴心互动        | 101 |
| 10.4.2 | 草根广告式——“查看附近的人”    | 102 |
| 10.4.3 | 社交网络式——“朋友圈”营销     | 103 |
| 10.4.4 | 品牌活动式——“漂流瓶”       | 104 |
| 10.4.5 | O2O 折扣式——二维码扫一扫    | 105 |
| 10.4.6 | 互动营销式——微信公众平台      | 105 |
| 10.5   | 微信营销策略             | 113 |
| 10.5.1 | 大小号助推加粉            | 113 |
| 10.5.2 | 实体店面同步营销           | 113 |
| 10.5.3 | 签到打折活动举例           | 113 |
| 10.5.4 | “意见领袖型”营销策略        | 113 |
| 10.5.5 | “病毒式”营销策略          | 114 |
| 10.5.6 | “视频、图片”营销策略        | 114 |
| 10.6   | 微信营销实训任务           | 114 |
| 10.6.1 | 实训任务 1: 微信营销活动策划   | 114 |
| 10.6.2 | 实训任务 2: 微信公众账号申请   | 114 |
| 第 11 章 | 网络营销的内容选择          | 115 |
| 11.1   | 网络销售货源的选择          | 115 |
| 11.1.1 | 货源选择方法             | 115 |
| 11.1.2 | 适合网络销售商品特点         | 116 |
| 11.1.3 | 作好市场调查             | 116 |
| 11.1.4 | 网络营销应遵循国家法律法规      | 116 |
| 11.1.5 | 当前最热网络商品类别         | 116 |

|        |                            |     |
|--------|----------------------------|-----|
| 11.2   | 网络营销寻找货源 .....             | 117 |
| 11.3   | 网络营销模式与平台的选择 .....         | 118 |
| 11.3.1 | 网络开店概述 .....               | 118 |
| 11.3.2 | C2C 模式网络交易平台 .....         | 123 |
| 11.3.3 | B2C 模式网络交易平台 .....         | 124 |
| 11.3.4 | B2B 模式交易平台 .....           | 125 |
| 11.3.5 | 同城网际营销平台 .....             | 126 |
| 11.3.6 | O2O 线上网络营销结合线下实体 .....     | 126 |
| 11.4   | 实训任务 .....                 | 127 |
| 11.4.1 | 实训任务 1: 网络营销货源选择 .....     | 127 |
| 11.4.2 | 实训任务 2: 网络销售平台对比分析 .....   | 127 |
| 第 12 章 | 网络支付与物流 .....              | 128 |
| 12.1   | 网络支付概述 .....               | 128 |
| 12.1.1 | 数字化 .....                  | 128 |
| 12.1.2 | 互联网平台 .....                | 128 |
| 12.1.3 | 通信手段 .....                 | 128 |
| 12.1.4 | 经济优势 .....                 | 128 |
| 12.2   | 主流的网络支付 .....              | 128 |
| 12.2.1 | 网上银行支付概述 .....             | 129 |
| 12.2.2 | 工行网银支付操作步骤 .....           | 129 |
| 12.2.3 | 国内各大网上银行 .....             | 131 |
| 12.2.4 | 第三方支付概述 .....              | 131 |
| 12.2.5 | 支付宝 .....                  | 132 |
| 12.2.6 | PayPal 与 PayPal 贝宝支付 ..... | 137 |
| 12.2.7 | 其他第三方支付应用 .....            | 138 |
| 12.3   | 物流 .....                   | 138 |
| 12.3.1 | 物流概述 .....                 | 138 |
| 12.3.2 | 电子商务物流 .....               | 140 |
| 12.3.3 | 电子商务物流运营的模式 .....          | 141 |
| 12.3.4 | 快递公司 .....                 | 143 |
| 12.4   | 实训 .....                   | 145 |
| 12.4.1 | 实训任务 1: 网银、支付宝业务开通 .....   | 145 |
| 12.4.2 | 实训任务 2: 快递公司比较分析 .....     | 145 |
| 第 13 章 | 互联网技术基础 .....              | 146 |
| 13.1   | 互联网宽带接入 .....              | 146 |
| 13.1.1 | 用户端接入互联网 .....             | 146 |
| 13.1.2 | 服务端接入互联网 .....             | 147 |

|        |                    |     |
|--------|--------------------|-----|
| 13.2   | IP 地址与域名           | 147 |
| 13.2.1 | IP 地址              | 147 |
| 13.2.2 | 域名                 | 148 |
| 13.2.3 | 域名解析               | 148 |
| 13.3   | Web 服务器空间          | 149 |
| 13.3.1 | Web 服务器概念          | 149 |
| 13.3.2 | 大型 Web 服务器         | 149 |
| 13.3.3 | 服务器空间              | 150 |
| 13.4   | 与搜索引擎优化有关的 HTML 标签 | 151 |
| 13.5   | 提高网站打开速度的方法        | 152 |
| 13.5.1 | 避免重定向              | 152 |
| 13.5.2 | 删减脚本动态页面           | 153 |
| 13.5.3 | 精简网页元素             | 153 |
| 13.5.4 | 优化网页设计             | 153 |
| 13.5.5 | 合理放置统计代码           | 153 |
| 13.6   | FTP 及远程桌面          | 153 |
| 13.6.1 | FTP 服务             | 153 |
| 13.6.2 | 远程桌面               | 154 |
| 13.7   | CMS 平台搭建           | 155 |
| 13.8   | 实训任务               | 157 |
| 13.8.1 | 实训任务 1: 域名注册及管理    | 157 |
| 13.8.2 | 实训任务 2: 服务器空间选择    | 157 |
| 第 14 章 | 综合实践项目             | 158 |
| 14.1   | 综合实践项目概述           | 158 |
| 14.2   | 综合实践项目教学设计         | 158 |
| 14.2.1 | 总体思路               | 158 |
| 14.2.2 | 综合实践项目的选择          | 158 |
| 14.2.3 | 企业真实工作过程转化成教学环节    | 159 |
| 14.3   | 综合实践项目实训           | 159 |
| 14.3.1 | 团队分工               | 159 |
| 14.3.2 | 实施监控               | 160 |
| 14.3.3 | 评价考核               | 161 |
| 附录 A   | 网络经营相关法律法规         | 162 |
| A.1    | 国内互联网法律法规现状        | 162 |
| A.1.1  | 现状概述               | 162 |
| A.1.2  | 网络经营面临的法律问题        | 162 |
| A.2    | 网络经营相关的法律法规        | 163 |

|                               |     |
|-------------------------------|-----|
| A.2.1 电子商务类法律法规 .....         | 163 |
| A.2.2 网络管理类法律法规 .....         | 163 |
| A.2.3 域名管理类法律法规 .....         | 164 |
| A.2.4 网络安全类法律法规 .....         | 165 |
| A.3 《互联网新闻信息服务管理规定》 .....     | 165 |
| A.4 《中华人民共和国电子签名法》 .....      | 170 |
| A.5 实训任务 .....                | 174 |
| A.5.1 实训任务 1: 商家供货合同的编写 ..... | 174 |
| A.5.2 实训任务 2: 相关法律法规阅读 .....  | 174 |
| 参考文献 .....                    | 175 |

# 网络营销概述

## 1.1 网络营销的概念

网络营销(E-Marketing)就是以国际互联网为基础,利用数字化的信息和网络媒体的交互性来辅助营销目标实现的一种新型的营销方式。简单地说,网络营销就是以互联网应用技术为主要手段进行的,为达到一定营销目的的营销活动。

### 1.1.1 网络营销经典案例

2013年双11电子商务购物节。11月11日称为双11,双11在传统观念中理解为光棍节。但是近几年随着电子商务的发展,双11已经被国内各大电子商务平台包装成了一个电子商务购物节。在双11当天,各大电子商务平台都会推出大量优惠促销活动,特别是天猫、淘宝、京东商城、苏宁易购等国内主要电子商务平台成为双11的主要推手,双11俨然成为了电子商务界的顶级盛宴。下面以双11天猫购物狂欢节活动为例进行分析说明。天猫双11购物狂欢节页面如图1.1所示。



图 1.1 天猫双 11 购物狂欢节页面