张友升◎编著

新商界

网络营销师体验训练

企业管理出版社
ENTERPRISE MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

新商界

——网络营销师体验训练

张友升　编著

企业管理出版社

图书在版编目(CIP)数据

新商界:网络营销师体验训练/张友升编著,—北京:
企业管理出版社,2006.6
ISBN 7-80197-472-7

Ⅰ.新… Ⅱ.张… 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(2006)第 069142 号

书　　名:新商界:网络营销师体验训练
作　　者:张友升
责任编辑:肖　芳　　美　　工:张　莉
书　　号:ISBN 7-80197-472-7/F·473
出版发行:企业管理出版社
地　　址:北京市海淀区紫竹院南路 17 号　　邮　　编:100044
网　　址:http://www.emph.cn
电　　话:出版部 68414643　发行部 68414644　编辑部 68428387
电子信箱:80147@sina.com　zbs@emph.cn
印　　刷:长春新华印刷厂
经　　销:新华书店
规　　格:155 毫米×230 毫米　16 开本　10.25 印张　60 千字
版　　次:2006 年 6 月第 1 版　2006 年 6 月第 1 次印刷
印　　数:5000 册
定　　价:30.00 元

版权所有　翻印必究　印装有误　负责调换

目录

关于网络营销师 ● 1

第一章 培训导言 ● 3

第二章 品牌战略 ● 11

“小老鼠大志向”系列寓言之一《品牌是无形资产》● 13

培训第一站 共同愿景 ● 16

培训第二站 信任背摔 ● 23

培训第三站 杀手之夜 ● 27

第三章 个人品牌战略 ● 33

“小老鼠大志向”系列寓言之二《个人品牌的力量》● 35

培训第四站 个人使命 ● 38

培训第五站 个人主页 ● 50

第四章 客户战略 ● 57

“小老鼠大志向”系列寓言之三 《打赢客户牌》● 59

培训第六站 两种销售 ● 61

培训第七站　荒岛逃生 ● 67
培训第八站　杀手无间 ● 72

第五章　产品战略 ● 77
“小老鼠大志向”系列寓言之四《产品是顾客的需求》● 79
培训第九站　空方阵 ● 81
培训第十站　创意广告 ● 87
培训第十一站　牵手 ● 92

第六章　市场战略 ● 99
“小老鼠大志向”系列寓言之五《快才能占领市场》● 101
培训第十二站　孤岛 ● 103
培训第十三站　大家猜 ● 114
培训第十四站　盲屋 ● 118

第七章　销售战略 ● 123
“小老鼠大志向”系列寓言之六《广告战》● 125
培训第十五章　建绳房 ● 127
培训第十六站　急速三十分 ● 132

第八章　网络营销战略 ● 141
“小老鼠大志向”系列寓言之七《合作的时代》● 143
培训第十七站　策划大师 ● 146
培训第十八站　虚拟企业 ● 150

此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbook.com

关于网络营销师

关于网络营销师

互联网在改变人们生活和工作方式的同时，也改变了企业的运作模式。随着互联网与传统产业结合的不断深入，企业越来越需要通过互联网来整合企业资源。因此，越来越多的企业把网络营销作为企业战略的重要组成部分和发展方向。网络营销不是通常大家所理解的“网络 推销”的概念，而是“网络 营销”。它是一种现代的市场营销理念，是企业顺应信息革命的战略变革，是企业面对网络时代在战略上和管理上的重新思考和定位。

现代企业在大力发展网络营销的过程中，对既熟悉传统商务运作规律，又掌握现代网络技术的人才的需求越来越强烈，这样的人才被认证为网络营销师。网络营销师通过分析企业的行业特点，结合企业的实际情况及市场环境，考虑网络时代的发展趋势，为企业制订并实施网络营销战略。通过传统市场营销与网络营销相结合的方式提高企业的核心竞争力，为企业带来经济和社会效益，在企业应对信息革命的机遇和挑战中发挥着重要作用。

网络营销师学员必须通过理论和实践两部分的培训和考核，方可获得网络营销师资格证书。网络营销师的培训以实践为基础，通过探究式的教学方法，结合市场实战，强化学员的实践动手能力，使学员真正具备将商务理论知识与商务实践活动相结合并加以应用的能力。最终通过资格认证的学员将拥有独立思考、独立工作、网络创业等综合素质与能力。

第一章 培训导言

如果你已经感觉到，
这个网络里有些你说不清的东西，
你看不到它，却时刻感觉到它的存在。
那么，
请和我们一起，用一种新的方式思考。
或许，
会带给你一个答案，
或许，
它就是你一生的转折……

一、第四媒体

当机器把人类的双手从繁重的劳动中解放出来时，人类开始感觉到自己作为个体的无力。在工业时代，机械式的培养模式使人才变成了一种可以被成批制造的产品。伴随着社会分工的不断细化，人——这个最具活力的个体，正逐渐成为社会这台大机器上一颗颗循规蹈矩的螺钉。

然而，当“互联网”以其强大的力量冲击着我们的时候，人类惊诧地发现，这个世界已经被它连通在一起，人类开始以一种非凡的效率交流着智慧和信息。互联网以海量的信息、快捷的传播和独特的互动成为了最具活力的崭新媒体。从此，在我们的生活中，不再是“报纸、广播、电视”这三大媒体对信息发布权的垄断，我们拥有了一个真正属于每个人的“第四媒体”。“第四媒体”是一个平民媒体：它让弱势群体不再身单力孤；它让人们冰封的个性开始解冻；它使得创造历史不再是少数英雄的特权。

二、网络营销

企业经营的目的就是以盈利的方式满足消费者的需求。随着社会的发展和人们消费需求的不断提高，企业的经营理念渐渐跨越了“从生产观念、产品观念、推销观念到营销观念”的发展历程，这种经营理念的变革促使现代企业的发展战略由过去的“生产导向”向“顾客导向”转变。“不断满足顾客需求”正成为现代企业生产和销售的核心目的。

网络营销的观念是企业在传统营销观念上的发展和变革,是企业顺应网络经济发展的必然结果。它绝不仅仅是企业在“销售方法”上的改变,而是将网络发展战略和传统营销战略的有效结合,更是企业在管理模式上的突破和创新。有效的管理是企业有效实施网络营销战略的关键,更是企业在网络时代兴衰成败的核心。

三、为用而学

商业知识可以学到,但不等于你可以去做商人;
商业的敏感是一种本能,是要靠领悟的;
商业的头脑是一种历练,是要靠积累的;
所以经商“教”不来。

著名心理学家马斯洛曾经说过:“心若改变,你的态度跟着改变;态度改变,你的习惯跟着改变;习惯改变,你的性格跟着改变;性格改变,你的人生跟着改变。”

所以培训伊始,我们请你在整个培训的过程中,以一种内视的态度审视你自己:你的头脑、你的个性、你的潜能、你的激情……别人无法改变,只有你自己可以。所以网络营销师培训的出发点就是在思想上充分尊重学员的主体地位,从学员的兴趣出发,努力释放学员独特的个性,激发个体的潜能,通过培训帮助每位学员发现自我,并帮助学员逐步塑造自己的个人品牌。

在商务活动中,我们经常发现,雄厚的理论往往没有商务直觉来的可靠。卡耐基的话更是精辟:“理论不值钱,具体

的方法值钱；目的不值钱，具体的手段值钱；知识不值钱，具体的案例值钱——因为只有它们才可操作。”

为此，在网络营销师的培训中，我们创新地设计了“为用而学、学以致用”的教学方法。这是一种探究式的教学方法，以“体验、分享、实践”为特色，在教学思想、教学方式和具体实践上与传统教学有着明显的区别：

✻传统教学讲究记忆；网络营销师培训讲究学习主体的领悟和体会。

✻传统教学以接受知识为导向；网络营销师培训以寻找解决问题的方法为导向。

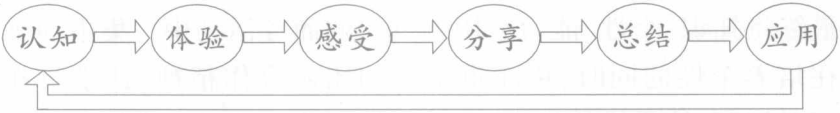
✻传统教学注重知识、技能；网络营销师培训注重观念、态度、素质和能力。

✻传统教学以“教”为中心，教师处于主导和控制地位；网络营销师培训以“学”为中心，通过创造学习环境激发学员的潜能。

✻传统教学在课堂中学知识；网络营销师培训在体验中增强解决实际问题的能力。

网络营销师培训从引导学员对问题的认知、思考开始；通过一系列新颖刺激的线上、线下和社会活动，让学员主动去体会、去解决问题；让学员在参与、体验的过程中，挑战极限、启发思想、激发潜能；进而通过讨论总结，进行体验式分享，让学员真正感悟出具有现代人文精神和管理内涵的商务理论；经过反思、自我总结获得知识，再通过互联网得到学者和专家的指点，学员的理论水平得以升华；最后学员将理论运用到现实的商务实战中，开始一个新的“为用而学、学以致用”的循环过程。

此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbook.com



“为用而学、学以致用”探究式学习循环示意图

在这种“为用而学、学以致用”的探究式学习过程中，“教”的目的是创造一个环境，为学员们的“学”而服务，培训师不再是知识的传递者，而是帮助学员解决问题的引导者。学员才是真正的主角，他们经历个人和团队一系列的考验，在完成一个个任务的同时，将知识、理论、经验和能力在现实和模拟场景中充分应用，发挥潜能、改变自己、完善团队、创造价值。学员在这样一种全新的学习环境中发现、思考、领悟，释放自己的个性，感悟心灵的震颤，实现自身的价值。

四、培训阶段

网络营销师培训旨在培养网络时代具有独立思想、独立个性、并能独立开展工作的新型商务人才。网络营销师培训是一种“在用中学”的培训，全部的培训由四个阶段构成：集中训练、网络训练、项目实习、创业实践。

第一阶段、集中训练

培训的第一阶段是让学员“发现自己，发现团队”。通过集中的理论知识讲解、体验式训练和社会活动，改进学员的心智模式和思维模式。集中训练强调的是即时感受，让学员在个性化的体验式学习中拥有自己独特的内心领悟和体验；通过观念和态度上的转变激发学员的潜力，彰显其个性，锻

炼其能力;通过对各种问题的解决,掌握对知识的有效运用;最终将知识、个性、能力运用到真实的商务活动中。集中训练在培养个性的同时,更注重学员的团队合作精神,让学员在面对问题、接受挑战的过程中,认知团队资源的可贵性。

第二阶段、网络训练

网络营销师的网络训练阶段引领学员“表现自己,相信团队”。网络训练告别了传统理论的教学模式,教师再也不是教学的控制者和主导者。“交流出学问、宽容出大师”是网络营销师理论培训所倡导的教学精神。

网络训练的过程是学员主动学习的过程。学员通过互联网参与全国性的讨论和辩论,将自己的思想、领悟、见解和对案例的分析,以商务论文的方式发表到网上与全国的学员、导师和专家一起探讨、一起辩论。在这个没有绝对真理的环境中,学员的思想和个性得到充分地尊重,理论水平在专家和学者的指导下逐步提高。全国性的讨论将彰显团队思考的巨大能量,在经验分享、思想撞击中,学员的理论水平将得以进一步升华。

网络营销师培训坚持启发式教学的原则。本教材将众多商务和管理方面的经典理论及经验精心地融入到各个训练之中,以作为学员思考的线索。在每站培训之前,还通过一篇“小老鼠大志向”的寓言帮助学员解放头脑束缚,引发学员的认知、思考和领悟。

第三阶段、项目实习

项目实习是让学员“考验自己，丰富经验”。培训机构通过与国内外众多达成战略合作的企业，为学员提供具有挑战性的项目实习机会。学员通过网络营销师培训平台，开展从商务策划、组织团队到完成具体项目实施等一系列真实的商务活动。通过项目实习，学员的能力和水平得到提升，潜能得到激发，经验得到积累，上升到一个“实践、感受、分享、总结、再实践”的高层次学习过程中。

通过项目实习，学员更加深刻地理解网络的特征及优势，学会发现资源、控制资源、使用资源，在相信自己的基础上，相信团队的力量，最终实现个人和团队的共赢。

第四阶段、创业实践

创业实践是网络营销师培训中最精彩、最具挑战性的阶段，学员在此阶段学会“实现价值、与团队共赢”。训练中，学员在互联网上创办自己的“虚拟企业”。从创意开始，也就是由一个核心团队提出一个具有创新性的价值链的设计蓝图，然后依据项目的需要，建立全国性的核心团队，吸引更多人支持并参与到项目之中，组成“虚拟企业”。在“虚拟企业”中，价值链的设计被大家不断地修改和完善。最终，成熟的“虚拟企业”将得到资本的支持。

在实践中，学员应思考在价值链的设计中如何吸引更多的人乐于加入其中，体会“虚拟企业”的效率，体会互联网的民主性。

五、培训方向

网络营销师的培训是围绕着一名合格的网络营销人才应具备的职业精神、素质、能力和商务思想而展开的。

职业精神：

“使命感”是网络营销师的基本职业精神。网络营销师，是一个新型的职业，是网络时代的新型商人。他们承载了网络营销时代的期待和使命，是引领信息革命的先行者。网络营销师培训造就的是能为自己和社会带来价值的行动者，是敢说敢做的网络精英，是具有使命感的民族商人。

素质：

诚实正直 雄心壮志 满怀信心 持之以恒 积极进取
影响他人 敏锐机智 勇于负责 耐挫精神 冒险精神
建立信任 有效管理 正确思考

能力：

创新能力 合作能力 沟通能力 领导能力 应变能力
竞争能力 分析能力 计划能力 角色扮演能力
逻辑思维能力 资源整合配置能力

商务思想：

品牌战略 个人品牌战略 客户战略
产品战略 市场战略 销售战略 网络营销战略

第二章　品牌战略

训练素质：雄心壮志　满怀信心　积极进取
影响他人　诚实正直　建立信任
勇于负责　敏锐机智　正确思考

训练能力：创新能力　合作能力　沟通能力
竞争能力　分析能力　应变能力
角色扮演能力　逻辑思维能力

品牌战略羊皮卷

品牌创造无形价值

★ 品牌是企业的生命
★ 企业的品牌吸引人才和顾客
★ 营销就是建立品牌
★ 好品牌要有个好名字
★ 标志设计要体现个性和企业文化
★ 质量是品牌的生命
★ 品牌需要凸显个性
★ 锁定目标消费群，冲出品牌重围
★ 多品牌互动带来品牌价值的延伸
★ 文化是品牌的灵魂
★ 有特色才有品牌
★ 品牌给人无限联想
★ 核心价值是品牌传播的主线
★ 品牌需要持续而统一的传播
★ 关键客户帮助品牌扩张

此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbook.com