

电 · 子 · 商 · 务 · 核 · 心 · 教 · 程

E-MARKETING SECRET AND CASES

网络营销 的秘诀与实例

王小林 等编著

01010110 1010110



中国国际广播出版社

电 · 子 · 商 · 务 · 核 · 心 · 教 · 程

E-MARKETING SECRET AND CASES

网络营销 的秘诀与实例

王小栋 等编著



中国国际广播出版社

图书在版编目(CIP)数据

网络营销的秘诀与实例 / 王小栋等编著. —北京: 中国国际广播出版社, 2001. 1

电子商务核心教程

ISBN 7-5078-1946-9

I. 网… II. 王… III. 电子商务—销售—教材
IV. F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2000)第 77003 号

电子商务核心教程

网络营销的秘诀与实例

编 著 者	王小栋 等
责任编辑	吕佩浩
版式设计	周 迅
封面设计	小禹·郑琪
出版发行	中国国际广播出版社(68036519 68033508(传真))
社 址	北京复兴门外大街2号(国家广电总局内) 邮编:100866
经 销	新华书店
排 版	北京春辰轩图文设计有限公司(63044503)
印 刷	北京市四季青印刷厂
装 订	北京昌平振昌装订厂
开 本	850 × 1168 1 / 32
字 数	350 千字
印 张	15
印 数	5000 册
版 次	2001 年 1 月 北京第 1 版
印 次	2001 年 1 月 第 1 次印刷
书 号	ISBN 7-5078-1946-9 / F·207
定 价	27.00 元

国际广播版图书 版权所有 盗版必究

(如果发现图书质量问题,本社负责调换)

总 序

世界已经进入信息时代。以国际互联网络(Internet, 又称因特网)为基础的信息技术正在改变着我们的生活方式、工作方式和商务方式。将互联网技术应用于商务活动就称为“电子商务”。电子商务的出现极大地提高了企业的效率, 降低了企业的成本, 为顾客提供了更好、更快、更方便的服务, 从而推动了整个经济的快速发展。

电子商务全方位的推进必须依靠以下三个条件, 即健全的社会法律环境、企业主体的积极参与, 以及消费者和网民的全力支持。下面, 我们就此作一简要论述。

1997年7月1日, 美国总统克林顿签发了《全球电子商务框架》; 1997年4—7月《欧盟电子商务行动方案》及配套法律出台; 我们中国的《电子商务发展规

划》已经完稿,即将公布。这些变化表明:世界范围内的电子商务外部环境已经形成。

从电子商务的主体——企业来看,其发展的速度呈现“爆炸状”,乃至于用“一日千里”、“异常迅猛”等传统的词汇已不能形容。成立仅仅二年的我国搜狐网站,其点击率从 20 万、100 万、300 万到 900 万次(2000 年 2 月 21 日《计算机世界报》)。号称中国第一网站“新浪网”1999 年融资 8500 万美元。20 世纪 90 年代我国电子商务蓬勃发展的最重要标志就是新浪网、网易、搜狐三大网相继在美国 NASDAQ 公开上市,募集到数亿美元。在美国,电子商务的发展更是令人瞠目结舌。IBM(电子商务技术解决方案)、AMAZON(全球最大的网上书店)、DELL(因从事网上电脑直销而超过世界第一的 IBM)、WAL - MART(世界最大的连锁零售店)等电子商务公司在各自的领域内都取得了令人不可思议的巨额利润。

从消费者、网民来看,据最新的统计(2000 年 7 月):全世界网民近 3 亿,其中我国 1690 万(1999 年 6 月底是 400 万,1998 年底 210 万,每 6 个月翻一番)。网民们除在网上进行娱乐外,从事着各种各样的商务活动:网上购物、网上竞拍、网上订票、网上工作、网上求职、网上求医、网上求学、网上炒股,等等。网上商务给人们带来了极大的方便,大大地缩短了人们之间的时间和空间距离。坐在家中,一点鼠标,你需要的商品或服务在几日内(有的稍长)就送到你家里。

从以上三点可以看出,我国电子商务大发展的条件已经具备。其日新月异的实践活动,迫切需要理论的总结,这正是我们推出这套“电子商务核心教程”丛书的原因。

本丛书共计八本,即《电子商务的营利模式》、《网络营销的秘诀与实例》、《网络广告经营技巧》、《虚拟企业经营管理方法和实例》、《网络金融与风险投资》、《电子商务情景案例》、《电子商务法律及案例》、《电子商务与网络英语》。这八本书基本上涵盖了电子商务(经营管理)主要内容。本丛书的最大特点就是**实用性、创新性**。600多个实例和电子商务的操作步骤、方法体现了本丛书的实用性;创新性是指本书系的大部分内容对我国读者来说,都是新鲜的、以前未看到的。本丛书特别适合以下读者:电子商务的从业人员,高等院校相关专业师生,电子商务培训和咨询机构,以及其他相关人员和电脑爱好者。

总
序

主编:王小栋 刘建国

与读者的对话

作者:本书能让你学会利用互联网来营销你公司的产品或为顾客服务,在短时间里获取巨额利润……

读者:真的?

作者:真的! 85 家公司在网上营销成功的秘诀等待着你去研究和借鉴。这些公司都是敢于冒风险上网营销,敢于实践者。

读者:我听说微软公司董事长比尔·盖茨说过一句话:“假如你拒绝早冒风险,那么你随后就会在市场上衰落。”此话有道理吗?

作者:有道理。这句话对那些口头上宣称他们要上网,现实中又犹豫徘徊的公司,非常适用。

读者:听你这么讲,我的公司也应尽快上网啦! 请你详细介绍一下这本书的内容,好吗?

作者:好。这本书一共分为七章。第一章,简明扼要地论述了网络营销的概念,指出了互联网对传统营销的冲击。第二章,分析了网络时代消费者的心理、行为与特点,指出网络营销的出发点和归宿,就是了解、吸引并留住消费者。

读者:这一点,我在办企业中有体会,消费者是企业生存和发展的基础嘛。

作者:对!企业网络营销首先是从消费者开始的。所以,我们在第二章安排了“了解、吸引和留住消费者”的内容,可以说,这一观点是本书的逻辑起点。

读者:那么,第三章呢?

作者:这一章提出“网络营销就是服务”的观点,其精彩内容是:留住消费者的关键在服务。作为网络公司或专业服务商,必须更好、更快、更廉价地服务顾客,使顾客对你产生高度的忠诚。这样,你的财源才会滚滚而来。

读者:那么,怎样利用互联网来为消费者服务呢?

作者:这个问题问得好。互联网目前已开发出六大热门服务功能,包括万维网(World Wide Web,简称 Web 或 www)、Email(电子信箱)、新闻组(Usenet)、聊天室(Chat)、Gopher 和文件传输(FTP)。这六大功能即电脑的软件系统,能提供实时快速、简单易用的友好平台为顾客做

好售前、售后和售中服务。因此,我们在本书的第四、第五章中,较为具体地论述了如何利用这些先进的高科技工具为企业赚取巨大利润的方法和技巧。

读者:第六章,该是讲管理了吧?

作者:是的。这一章的标题是:“管理出效益:企业网络管理和营销的策略与实例”。本章着重指出:网络营销的主体是企业;企业的网络信息管理、员工管理、供应链管理是网络营销活动的根本保障。

读者:你刚才说到,本书分为七章,那最后一章谈什么呢?

作者:最后一章谈了“网上淘金——海外公司网上发财秘诀”。

读者:这一章读来肯定也很精彩。

作者:是的。当我们彻底明确了网络营销的全部内容,下一步就是实践了。在这一章里,读者朋友可与我们一起参加海外公司网络营销行动,看看他们如何策划制定目标,如何操作?他们成功的秘诀和技巧是什么?哪些经验可资借鉴?又有什么教训?

读者:听你这么一介绍,我一定要认真拜读这本书啦!

作者:那好,赶快翻到下一页,成功和“黄金屋”正向你招手呢!

《电子商务核心教程》编辑委员会

主编

王小栋 刘建国

编委

张德斌 周树清 马文良

徐立军 王文卿 李福迎

目 录

目

录

第一章 网络大潮:互联网对传统营销的冲击	(1)
一、互联网作为一种媒体对商务、营销的影响	(4)
1. 新媒体:网络是互动的	(5)
2. 商务(消费)形式的转变——从单向到互动	(9)
3. 互动营销的成功实例:百事公司	(10)
4. 传统单向广告受到巨大威胁	(11)
5. 商业消费也是娱乐	(13)
6. 爱与恨	(16)
7. 谨慎运用新媒体	(16)
二、让新科技为企业和消费者服务	(19)
1. 增加公司的实时互动工具	(20)
2. 积极参与,在实践中摸索发展	(21)
3. 思考软件	(22)
4. 摸着石头过河	(23)
5. 内部服务网络	(28)
三、互联网对企业营销链的作用	(29)

第二章 吸引眼球:了解、吸引并留住消费者 ... (35)

一、网络时代消费者的新特征 (38)

1. 消费者要求立即满足 (39)

2. “永不满足” (41)

3. 从单向到互动 (42)

4. 谨慎前进 (44)

5. 个性化服务 (45)

6. 轻松选择 (48)

7. 条条信息高速公路通往服务 (50)

二、网络时代品牌的新内容 (53)

1. “品牌”定义要重新洗牌 (54)

2. 消费者不愿被动接受 (54)

3. 通用汽车公司的作法 (57)

4. 品牌就是服务 (58)

5. 市场区隔愈来愈小 (60)

6. 品牌新定义 (62)

三、赢得时间即赢得顾客 (64)

1. 谁掌握时间,谁就是成功者 (65)

2. 从单向灌输到互动 (68)

3. 人本主义 (71)

4. 打破固定思维模式:创新 (72)

5. 消费者:寻求满足→自我满足 (75)

第三章 网络营销就是服务 (79)

一、了解并寻找顾客 (81)

1. 要服务顾客,首先要了解顾客 (81)

2. 寻找网上目标顾客, 满足顾客个性化需求	… (87)
3. 两个著名成功实例和三个小例子	… (92)
二、服务客户的技巧和实例	… (99)
1. 客户的满意度和忠诚度	… (102)
2. 电子商场	… (104)
3. 电子出版	… (116)
4. 更好的客户服务——两个成功的实例	… (118)

第四章 主页营销优势: “我有网站, 可没人订 货, 怎么办?” … (125)

一、主页设计的原则和陷阱	… (127)
1. 主页设计必须符合消费者的习惯和特性	… (127)
2. 主页设计要结合营销的特征	… (130)
二、建立主页的技术和方法	… (134)
1. 主页有哪些优势	… (136)
2. 网上商业交易模式	… (139)
三、万维网上的赚钱点子	… (141)
1. 功能齐全, 方便简易的 Web	… (143)
2. 搜寻你喜爱的网址	… (144)
3. 虚拟购物中心	… (145)
4. 无纸、高收入的邮购目录	… (146)
5. 出版你自己的电子读物	… (147)
6. 销售美术或摄影作品	… (148)
7. 利润巨大的电子软件	… (148)
8. 电子游戏厅	… (149)
9. 想办法让网民访问你的网站	… (149)
10. 创立一个 Web 网站	… (151)

四、实例和资源	(153)
1. 两份著名的互联网杂志	(153)
2. Web 购物中心	(154)
3. 网上付款	(155)

第五章 营销利器:互联网的五大功能

帮你致富	(157)
------------	-------

一、在新闻组里做生意	(159)
1. 新闻组(Usenet)的含义和类别	(160)
2. 新闻组是怎样使用的	(163)
3. 在 Usenet 发财	(165)
4. 在新闻组营销要注意的问题	(170)
二、用电子邮件营销	(174)
1. 电子邮件(E-mail)的功能	(174)
2. 安全保密的难题	(176)
3. 您的“伊妹儿”	(177)
4. 用自动应答器回答顾客询问	(180)
三、“聊”出财富	(188)
1. 聊天室(Chat)的技术原理	(191)
2. 聊天致富之道	(192)
3. 聊天室的禁忌	(193)
四、利用 Gopher 拓展商务	(194)
1. Gopher 的技术基础	(194)
2. Gopher 也能赚钱	(199)
3. 建立你的 Gopher 系统	(200)
4. Gopher 上商店及实例	(202)
五、文件传输程序也可营销产品	(209)

1. 什么叫文件传输程序(FTP)	(209)
2. 匿名 FTP 的搜索	(210)
3. FTP 也能帮你成功	(211)
4. 建立匿名网址	(212)
六、网上营销的一般方法和技巧	(214)
1. 网上销售的三大方法	(214)
2. 网上营销的七大技巧	(218)

第六章 管理出效益:企业网络管理和营销 策略及实例

(223)

一、企业网络及营销策略和目标	(225)
1. 企业上网的目标和问题	(227)
2. 三大典型实例或三种管理模式	(228)
3. 实施网络管理的五大步骤	(233)
4. 信息安全管理	(241)
5. 邮件管理员的职责和作用	(242)
6. 合作精神	(247)
二、实时管理与营销渠道	(248)
1. 部门的协调	(250)
2. 企业内部网	(251)
3. 公司内外互动	(254)
4. 什么叫“完成”	(256)
5. 七个重要的实例	(257)
三、大公司、小公司、个人均可运作网络 和营销	(266)
1. 大企业上网运作与营销的成功秘诀	(266)
2. 小公司或个人也能利用网络	(284)

3. 在家办公	(288)
---------------	-------

第七章 网上淘金:海外公司网上发财秘诀 ... (293)

一、网上营销的四大创意	(295)
1. 为大众解决难题,提供服务	(295)
2. 创意要简洁明确	(297)
3. 让新闻组帮你	(300)
4. 网上试卖	(301)
二、六位网络创业家 and 他们的成功秘诀	(301)
1. 韦斯公司的成功与它的创始人坎尔	(302)
2. 莫拉莫特与互联网漫谈电台	(309)
3. 泰丽和她的咨询公司	(312)
4. 威特瑞与美国网络传播	(314)
5. 泰普顿和明白网	(317)
6. 斯春拉与斯春拉出版社	(318)
三、在互联网上淘金的八家公司	(320)
1. 有趣、方便的“海上书架”	(320)
2. 成功的“月亮旅游手册”	(322)
3. 网上喜剧公司——“迈向国会”	(324)
4. 互联网购物中心	(326)
5. 八分钟:为你注册一家公司?	(328)
6. 其他网上公司的营销秘诀	(329)
7. 网上销售与购物经历	(333)
四、两律师一不小心在网上发了财	(336)
1. 偶然上网,发现商机	(336)
2. 遭网民攻击	(339)
3. 攻击和商机	(342)

4. 媒体纷纷报道	(345)	
5. 互联网的发展	(347)	
6. 网上做生意的开路先锋	(349)	
五、美国五大著名门户网站的经验	(351)	
1. 如何找到网络服务商(ISP)	(351)	
2. 美国五大著名门户网站成功秘诀	(354)	目
3. 网上营销的四个工具实例	(365)	
六、网上营销失败者的启示	(370)	录
1. 美国二家网络营销公司为什么失败	(370)	
2. 网上经营不善也不赚钱	(373)	
附录: 八家海外公司电子营销详细案例	(377)	
1. AT&T 的在线战略	(380)	
2. 软银互动营销网(Network 1.0/SoftBank Interactive Marketing)	(419)	
3. Womanhood 公司: 为商界女士解决问题的网络	(424)	
4. Info Street: 使网络更通畅	(431)	
5. CAPP Records: 将音乐与电子市场营销 相结合	(442)	
6. Great Escapes: 百尺竿头, 更进一步	(447)	
7. South Wind Enterprises: 从富到穷到富 到更富	(449)	
8. Folks Online.com: 非专业人士的家	(453)	
后 记	(459)	