

电子商务一路通

Lodge.com(小木屋工作室) 编著

电子商务 ——机遇入门



辽宁科学技术出版社



目 录

导 言	1
一种新的沟通媒体	2
企业为何要进入网络空间	4
即使你建好了网站,客户也未必会过来	7
那么,是什么在起作用呢?	8
两件需要记住的重要事情	10
这本书为谁而写	10
在网络空间中你能赚到多少钱	10
各章摘要	11
为了有效使用本书,你必须知道什么	12
我们的希望	12
第一章 网络空间是私人空间	14
提示	14
是什么使网络空间与众不同	14
网络空间是私人空间	15
我们的心理结构和私人空间	15
网络空间就在你面前	16
即使是老板也要亲自回电子邮件	16
垃圾邮件	17
宣泄怒火	18
网络空间亲密性的其他证据	20
让亲密属性为你发挥作用	21
专业化	21
及时回复电子邮件	24
值得回访	24
提供有价值的信息	25

小结	25
第二章 在网络空间中的机会	27
自由网络	28
提示	28
个人可以自由选择网络	28
网络空间中的业务增长目标	29
联机服务供应商和 ISP 的数量成指数增长	29
提示	29
访问因特网的人成倍增长	30
销售增长率减缓	30
在网络空间的广告投资	31
网上公司的收入潜力	31
网上公司的 4 种类型	32
第三章 商品和服务的供应商	33
网上销售的优势	33
网上可以卖什么	36
网上要卖难以找到的商品	37
网络空间专用商品	40
打折商品	43
订阅服务	46
如何在网络空间进行销售	49
了解你的客户	49
如果不了解顾客,你该做什么	50
图像很重要	51
成为专家	55
如何销售给企业用户	56
概要	57
第四章 靠广告客户支持的网站	58
什么是广告支持的网站	58
一篇关于网页的简述	59
广告术语	59
如何计算网站访问量	59
如何计算命中数	60
如何计算印迹或者网页浏览次数	61
什么是链接	61

如何使用链接来计算点击数	62
网页广告的类型	62
什么是横幅广告	62
什么是内嵌广告	62
什么是弹出广告	63
什么是赞助	63
什么是广告客户要的东西	64
名词解释	64
吸引广告客户的法则	65
不要墨守成规	65
广告客户支持的成功网站的特点	68
引人注目的内容	68
拥有众多的访问者	69
统计数字	70
有针对性的广告	72
印迹保证	73
如何获得更多的信息	76
总结	76
第五章 内容开发	78
靠写网页赚钱	78
写文章	78
善用电子工具	79
通过征询以引起编辑的兴趣	79
建立你的跟踪记录	79
出书	80
自助出版	80
使你的书卓尔不群	81
网站设计	82
网站设计须知	83
HTML 语言	83
文件格式	85
向客户推销自己	87
建立你自己的网站	87
挖掘潜在客户	87
突出自己	89
专攻一种网站	89
专攻网站设计的某个具体方面	91

提供营销和公关帮助	91
把服务卖给网站	92
可以强化网站功能的服务	92
Java 编程	93
CGI 编程	94
网管	96
网站推广服务	97
“交钥匙工程”商业网站服务	98
安装因特网硬件	100
设置网络视频	100
安装因特网服务器	101
做一个 ISP	101
提供内部网(Intranet)服务	105
总结	106
第六章 将现有的公司引入网络空间	108
提示	108
现有的公司在网络空间中取得了成功	109
为现有的公司带来额外的利润	109
因特网可降低公司的成本	111
怎样成功地投入因特网世界	114
了解你自己为什么要上因特网	115
参考业务领域内的其他网站	117
在你的网站上投入资源	118
进入网络空间的公司所犯的最大错误	118
缺乏协调	118
不做因特网市场调查	119
没有宣传网站的计划	119
没有既定的目标或标准	119
资源分配不当	120
没有成功地针对这种媒体进行设计	120
没有准备好经营国际业务	120
总结	120

导 言

网络空间(网络页面如图0-1所示):这个术语来源于威廉·吉布森在80年代写的科幻小说《Neuromancer》。网络空间这个词已经成为交互式计算与通信的同义词,它基于遍及全世界的电子网络,即人所共知的因特网(其他资料则认为网络空间与虚拟现实或虚拟世界是同义词)。网络空间是“全世界由计算机连接起来的个人和团体所生活的地方”。

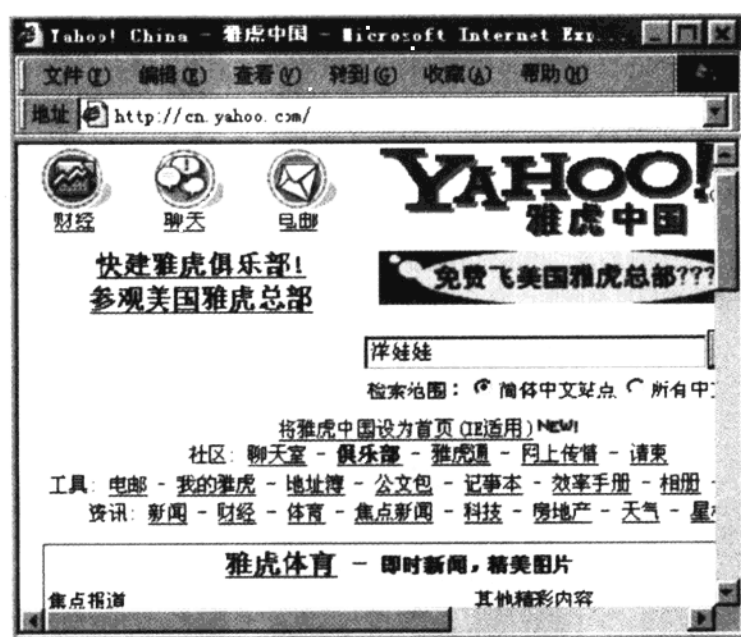


图0-1 网络页面

人们对当前社会的一个最大不满之处是缺乏人与人之间的互相联系。高科技的应用使这种状况变得更糟,而且,人们对我们所处的这个时代还存有一个最大的恐惧——Orwellian,即“老大”。这是一个残忍、跋扈、控制着人类的主宰,人们不能有个人的思想,也不能有个人的欢乐和愉悦。

著名的心理学家 B. F. 斯金纳这样解释道：“在一个机构中，权力集中令人讨厌，因为它破坏了人与人之间的联系。假设我在一个制鞋厂工作，而我的邻居在一个制衣厂上班，并且我们都赚到了足够的钱，我买了一件衬衫，而邻居则买了一双鞋子，那么，在某种意义上，我们都为对方生产了某种有价值的东西，但是我们之间却没有进行直接的交换。一个相互提高的良好机会就这么失去了。”为了高效率地生产鞋子和衬衫，我们无疑是需要企业的，我们必须建立一种机制，而不仅仅是简单地依靠传统意义上的文化，但是有些东西已经被放弃了。

要是有这么一个地方，我们可以得到斯金纳所描述的“某个东西”，而不会失去高效率生产经济效率；要是有这么一个地方，它允许空前的个人自由，并且成功的企业为了生存不仅必须认同个人，而且还必须迎合个人的需要，那该多好啊！

世界上还真的存在有这么一个地方，它就叫网络空间。

正如你在下面各章中将会看到的那样，网络空间是一种独特的媒体，在那里，个人自由至高无上。这种媒体会与人类心灵最深处的东西产生共鸣，那就是人性。

一种新的沟通媒体

如图 0-2 所示，每当一种新的沟通媒体问世的时候，都会有很多机会，但总存在一个学习过程，以便去发现如何才能有效地运用这种新的媒体。当电话问世时，人们花了很长一段时间才意识到他们可以用不同于以前所采用的发电报的方式进行沟通。同样，在电影业中，有声电影的问世彻底地改变了电影制作的方式。



图 0-2 新的沟通媒体——网络

然而，“摸着石头过河”是一种有效的方式。它的目的是找到一个最快速和最有效的方法，以便人们学会利用新的传播媒体所带来的新的机遇。通过这个方式，人们可以获得关

于新媒体的有关知识,学会他的工作原理,学会如何从使用它的用户那儿获得反馈,并且观察其他人是如何有效地利用它的。

例如,显而易见,要将一个用于户外广告牌的广告刊登在《今日美国》(USA Today)之前必须对它进行重新设计,并且在将它刊登在《Better Homes and Gardens》杂志上之前还必须再次进行重新设计。每种媒体都有各自不同的读者群,而这些读者阅读此信息的速度也各不相同,观点互不一致。大家都会觉得这是很明显的,因为我们都了解广告牌、报纸和杂志——我们已经看过许许多多的例子了,明白它们的制作原则,也明白人们会如何做出相应的反馈。

但是,作为一种媒体,网络空间却受到了普遍的误解。人们已经给这种媒体定义了一些特征,比如人们强调“网络礼仪”或者与网络空间中令人讨厌的人保持距离时应采取的正确方式,但是许多公司已经对“摸着石头过河”的方式产生了依赖,他们要依靠这个办法才能知道如何有效地使用这种新的媒体。这就是我们不再需要摸着石头过河的论点。



【案例分析】

当在网上做名片生意的想法出现在脑海里时,53岁的玛丽莲·巴特兹正在一个印刷商店工作。她已经在印刷行业工作了十年,并且正在寻找她可以兼职做的事情。玛丽莲说,因特网对她来说是一个全新的东西,而且她还从来没有发过电子邮件。她的丈夫说她在头一年会拿不到一个定单。但是,她那个在ISP公司(因特网服务供应商)工作的、已经长大成人的儿子对她说:“妈妈,您可以做好这件事。”

因此,在1996年3月,她决定开办她自己的网站,她要在因特网上卖专业名片。她已经有了一台Macintosh Performa计算机,因为她并不认为自己会为了开发网站而去学习HTML(超文本链接标示语言)代码,所以她买了一套Adobe Pagemaker软件。但是过了不久,她发现有些东西无法依靠这个软件做出来,总之,她不得不学习HTML。这大约花了她3个星期的时间。玛丽莲说:“那时我恨死我的儿子了,并且还流了许多眼泪,但是,现在我可以自己做所有的事情了。”

玛丽莲每天晚上要花4个小时和几乎所有的周末时间来处理网站事务,她说她最大的商业挑战是接受信用卡的花销。她发现在总的信用卡销售额中,她每个月至少要花费800美元来专门处理信用卡所引起的特别事务,单是租用设备这一项每个月就要花30美元,但是她发现这是一个人们都能够理解和接受的方法。玛丽莲说她的银行分析了她的网站以后,做出决定:如果她能够通过电话而不是通过她的网站或电子邮件来接收信用卡信息的话,可以允许她接受信用卡。因此,她要安排给客户打电话,或者鼓励客户打电话到她的24小时都开通的电话中心,以留下他们的信用卡信息。

玛丽莲最大的一个收获是发现日商在印制较大的日本尺寸凸版(采用热写法)名片时遇到了困难。日本尺寸为 $33/8 \times 21/8$ 英寸,而美国尺寸为 $21/2 \times 2$ 英寸。接下这笔业务后,她采用小批量付运法,与其他州(如德克萨斯州)的印刷商签订合同,一旦她通过电子邮件寄去正确格式的稿件,这些印刷商就开始进行实际的印刷工作。她在纽约和新泽西州也有许多客户,如图 0-3 所示。



图 0-3 玛丽莲与名片印刷

玛丽莲要做的事情中有一大部分是教育客户注意文件的格式和字体。她并不参加设计工作,因为她发现印刷和设计实在太难了,但是她有受她支配的设计师为她服务。

网站的宣传也是她比较关心的问题。她参加因特网上的讨论,并且花很多时间浏览女性网站。她在 Field of Dreams 网站上遇到了一个设计师,他不仅帮助她设计自己的网站,而且还帮助她获得商业信息。

玛丽莲给刚起步公司的建议是:“希望能够花一些时间在自己的网站上面——指定你自己做这件事。你需要一个雇员来管理你的网站,并且要做正确的事情。‘正确’意味着你有一个使你的网上业务获得成功的目标。”

企业为何要进入网络空间

每个社会都有企业。在这一点上,网络空间也是一个供企业生存的地方,它并没有什么特别之处,但它是一个与众不同的媒体,有自己的优势。这些优势包括速度快、入行成本低、变化快、国际性分布、个性化接触、容易查找以及网络空间的互联性。以下逐一介绍这些特点。

■ 速度快

如果说有一种东西是网络空间所追求的话,那么它就是速度(如图 0-4 所示)。虽然有人坚持认为因特网上的信息交换是瞬时的,但实际上它并不是。通过这个巨大的网络送出的信息将有几秒钟、几分钟或者甚至是几个小时的延迟。但是,即使是一个较慢的因特网连接也要比隔夜送达的快递快得多。更令人瞩目的是,在因特网上出现的信息能够被迅速地改变,因此,它不仅可以快速发布最新消息,而且也是使用因特网的人们所期望的。



图 0-4 速度与网络

■ 入行成本低

你只要花 100 美元甚至更少的钱就可以在网络空间上做生意。许多人花的钱更多,特别是那些想给人们留下深刻印象的大公司,但是你并不需要花那么多。

■ 变化快

在网络空间上修改信息所需要的时间非常短,你在一个小时内就能做到。你可以比较一下:再版印刷一本小册子或者重新设计哪怕是一本影印的新闻稿需要多久。

网络销售关系如图 0-5 所示。

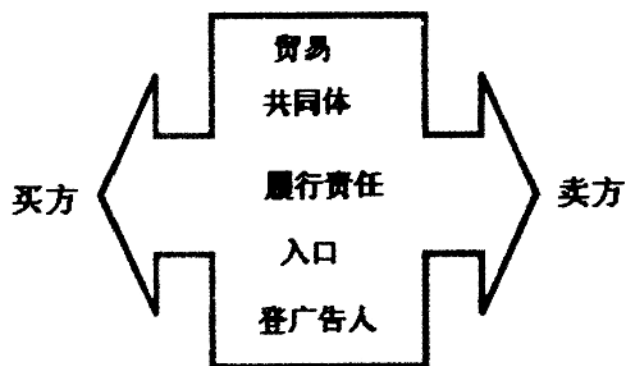


图 0-5 网络销售关系图

■ 国际性分布

网络空间没有边界。那意味着你能够在全世界范围内做生意,就像在自家的后院做事一样容易。

■ 个性化接触

因特网往往是更个性化的环境(如图 0-6 所示)。当人们发送邮件时,人们希望有一个真实的人在那边,并且在那里有许多个人信息。这对你有利,尤其是当你刚刚起步办一个小公司时,这种好处就更明显了。

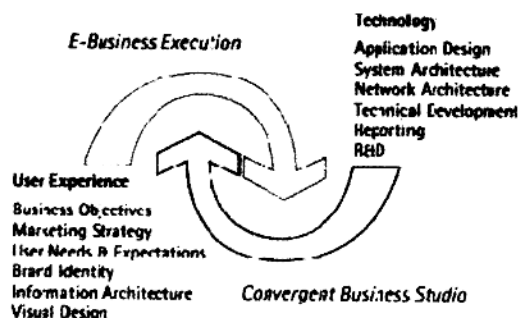


图 0-6 个性化网络环境

■ 容易查找

在网络空间中,大部分人都在考虑发现信息的能力问题。计算机擅长于处理和分析那些对于任何个人或组织来说都太大而不能处理的信息,并且计算机是网络空间的核心。有许多计算机一整天都在网络空间上运转,目的就是寻找信息并加以索引,使你能够找到它(如图 0-7 所示)。正如你将在本书稍后部分所看到的那样,这是人们能够发现你的业务的一种重要方式。

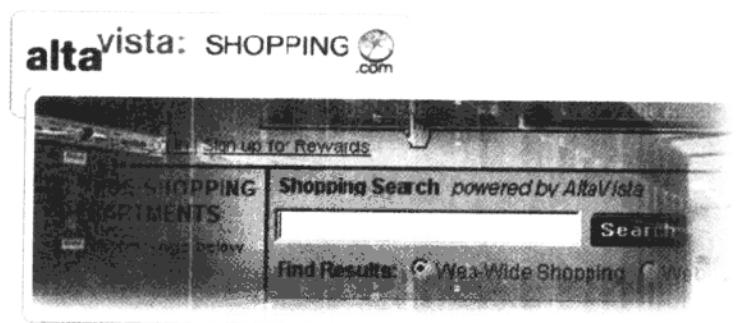


图 0-7 寻找信息

■ 网络空间互联性

在网络空间中,距离算不了什么。因为在网络空间里每个人都连接到了世界范围的计算机网络中(这就是为什么他们将它叫做“环球网”的原因),信息以声速或光速传播取决于它们的连接类型。无论是哪种方式,距离都变得毫无意义,这使你能够接通地球上的任何人,而地球上的任何人也可以与你相连接。正如你将会看到的那样,这种提供连接的能力可以吸引客户到因特网上做生意。

即使你建好了网站,客户也未必会过来

已经说了那么多,我们还要声明的是:你显然不能只在网络空间上放一本小册子就可以期待客户纷纷找上门来。如果你在繁忙的街道拐角处开了一家快餐店,顾客真的会上门。这时,“建好之后客户就会来”这句话是对的。但是,这样的情形不会出现在网络空间里。如果这么简单的话,你就不需要这本书了。

人们已经写了许多文章来介绍在因特网上做生意时是什么在起作用。问题在于,有太多的人将其他我们熟知的媒体术语来定义网络空间这个媒体。例如,已经有人预言,以当前的指数级增长的速率发展下去,到2000年的时候地球上的每个人都可以使用因特网。现在,事实已经证明这是一个愚蠢的说法。地球上连每个人一部电话的水平都没有达到,就更不用说使用因特网了(即使考虑到无线电的情况下这也是不可能的)。有些人在滔滔不绝地讲述着这些理论,其实他们所掌握的那一点知识只会让他们得出错误的结论。下面让我们从近代历史上发生的同类错误中引证两个例子。

在19世纪晚期,当电话问世的时候,到处流传着一幅漫画,画面上有一个绅士在电话的一头喊叫,而电话的另一头则是各种礼堂,礼堂里则挤满了听众,他们围着仅有的一个音箱。这恰如其分地勾画出了当时人们按此方法进行联络的情景。看来很自然,你要跑到礼堂去才能听到一个重要人物的演讲,而演讲者却不必来到礼堂。当然,现在的人们通过电话向听众发表演说,但是,那不是我们看待电话的方式。那时的人们有谁会想到,我们将利用电话这种具有革命性的工具只不过是为了说邻居的闲话或校对时间?但是,使电话具有足够的价值从而吸引数以百万计的人们每月都花钱使用电话的根本原因是它的方便和有效。

另一个更近一点的例子是盒式磁带录像机(VCR)。人们普遍认为,VCR将会损害好莱坞,尤其是电影业的利益,因为人们将租电影录像片看而不会到电影院去看电影。人们在方便用户方面存在争议,有人认为,当没有必要到电影院去忍受拥挤的环境而且花更少的钱就可以在自己的家里享受电影的乐趣时,人们为什么还要到拥挤的电影院去呢?

但事实并非如此。先在电影院的大屏幕前看电影,待以后当电影录像带上市时再买一

盘回家反复观摩,这是一种乐趣,或是将录像带租回家去看也好。事实上,VCR 促进了电影业的发展。不仅去电影院看电影的人数增多了,而且一些已经亏本的电影(如凯文·科斯特纳的《水世界》)也因为 VCR 的市场而开始盈利了。

那么,是什么在起作用呢?

幸运的是,因特网存在的时间要比一般人所知道的长得多,并且有一些像布鲁斯·克雷这样的人,他们已经发现进入这一行如何才能谋生的方法。

发现什么东西在起作用的方式是要搞清楚什么东西在实际起作用。找一个了解媒体的导师,然后找出成功人士并搞清他们正在做什么。这就是我们这本书所要做的。如图 0-8 所示。

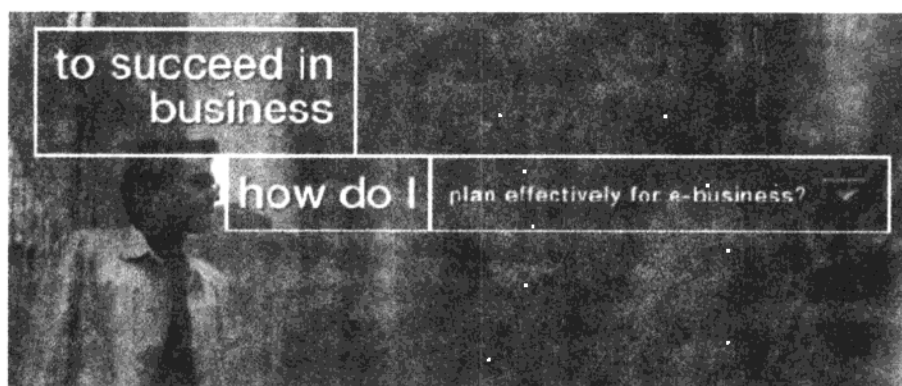


图 0-8 如何在电子商务中成功

从 80 年代起,我们就已经开始并一直生活和工作在网络空间了。我们了解媒体,知道它的优势也知道它的弱点。我们将自己的经验和那些从事这一行的人的经验结合在一起,并概括出它的基本要素。我们用容易理解的术语,通过一般的原理向你们解说网络空间是怎么工作的;我们分解出实际可以操作的步骤使你可以照着去做。你还可以读到那些已在网络空间中赚到钱的人们的故事,以及听他们讲他们是如何起步的,以及怎样做才行,怎样做会行不通。我们所确信的一件事情是,这不是一个无意义的游戏。其目的在于,让你在网络空间中赚到钱,而别人又不会失去客户或生意。

人类生存有四个必需的基本条件:食物、住所、衣服和信息。事实上,它可以用一个现代术语来表达:信息的地位高于其他三者,因为如果你能够与别人进行通信的话,你就有办法满足你的其他基本需要。我们获得信息不需要靠近到可以相互触及的程度。每种能够给人们带来其他方式进行有效通信的设备都会激起人们迫切使用它的愿望。从根本上说,因特网是一种沟通媒体。你可以让它为你工作——只要你知道如何去做。



【案例分析】

布鲁斯已听说过关于因特网的大量宣传，他决定进入这个领域并且要利用因特网将他的咨询服务卖给想发布新软件产品的公司。他有很好的商业和营销背景，并且认为自己的背景会使他具有足够的资格进入这个领域。他很认真地学习因特网的知识，并且一度在一个月内花了400个小时去遨游网络空间，他还自学了HTML(超文本链接标示语言)并用它设计网页。布鲁斯说：“我研究因特网，想找出如何把自己当做一项服务推销出去的方法，然后我建起了自己的网站。我告诉大家我的背景，我的报价，但是没有人来。我说‘来找我吧’，‘我们可以讨论任何事情’，我说‘我在这儿’，但是基本上没人知道我在这儿。建立网站就像在地下室树立广告牌一样——没有人看得见它。”

“当我学到了更多的因特网知识时，我试着客观地看待自己的网站，我问自己：‘为什么我会访问这个网站？’”在问自己在网站找什么信息的过程中，布鲁斯意识到，他应该尽可能多地提供关于他可以做什么的信息。所以，布鲁斯重新设计了他的网站，以便它能够提供给你所有的信息，方便你将产品推向市场和宣传你在因特网上的网站。

布鲁斯所讲的是私人的、非正式的、友好的信息，并且他与读者说话时用的都是第一人称“我”和第二人称“你”。他在自己的网站上提供了大量的信息，既有实例也有各种设置清单。他提供了如此之多有用的信息，你会相信他的事业将会发展起来。

事实上，布鲁斯说：“如果你使用我的网站并自己动手做的话，你就用不上我了。”实际上，自从布鲁斯修改了他的网站，并提供如此之多免费信息服务之后，他每天都会收到一两个报价查询和20来封电子邮件。他说，这些信息已经足以使他经营好一个优秀的咨询公司了。他每隔一个小时就会收取一次信息，他还鼓励潜在的用户通过电话或电子邮件与他联系。布鲁斯补充道：“每个人都认定我比现在更值钱。”

布鲁斯宣称，通过发布资料给客户，他与客户的信任关系获得了发展。免费信息有双重效果——它建立了和谐而没有压力，并且表明他知道他正在做什么。正如布鲁斯所说，当顾问与做护理员有许多相似之处。顾问必须倾听问题，检查有用的资料；并且在第一时间得到正确的答案。与护理员类似，客户没有时间和耐心允许你尝试和犯错。布鲁斯说：“如果你做对了，他们会告诉几个朋友；如果你做错了，他们要么不告诉任何人，要么就会告诉其他每一个人。”

布鲁斯说：“我一开始向大家提供信息，就赢得了大家的赞赏。在其他流行的网站上我也获得了许多链接指向我的网站，人们也会谈起我了。”他每天要花2小时在自己的网站上，一个小时回复电子邮件，而一个小时更新网站上的内容。

对于那些因特网上的新手来说,布鲁斯建议,如果你想保持稳固的客户基础,那你就不要无偿地为你的客户做一些事情。信息是最有价值的商品。此外,他还说:“你需要巧妙地工作,制定合适的营销计划,保持稳定的访问量,使客户满意。”

布鲁斯的目标是任何业务,但会适可而止。他说:“随着时间的推移,我给自己的定位是成为业界的顶尖高手,做一个公认的权威,而不是自己封的那种。”

● 两件需要记住的重要事情

这本书并不是针对资金雄厚、资源充足的大公司的,虽然他们读过之后肯定会有帮助。首先要记住的是,不论你曾经听说过大公司在上面花了多少钱,网络空间实际上是一个平等的生意场所。作为一个小公司的职员或者个体户来说,你在网络空间中的事业可以做得像大公司一样成功,甚至会比他们还要成功。安妮投资的 Homemade 公司就极为成功,它经营的是全天然乳酪通心面晚餐。在因特网上刚起步的时候,他们投资了 100 美元去做网站,然后每个月再花 60 美元去维持它的运转。显而易见,这项工作由他们自己来做,不过你也做得到。如果你想请人帮忙的话,你要花更多的钱——大约需要 2 000 到 5 000 美元的启动资金。

另一个你需要记住的是,就像其他的事一样,在因特网上做生意需要承担责任。你不能建好一个网站之后就放任不管,过好长一段时间才去看它一下。因特网的速度使得人们期望能够迅速地得到你的回音,否则,他们就会彻底忘记你和你的业务。

这本书为谁而写

这本书所针对的读者是那些想开拓一番新事业的人、那些想推动业绩发展的公司以及那些想使自己的网上生意更加赚钱的人。正如我们前面所说,这本书对大公司的人也有用,但是本书的重点是那些想在网络空间中通过给客户提供服务来谋生的小公司。



在网络空间中你能赚到多少钱

前面我们谈到,人们在网络空间中获得收入的数额范围比较大,从兼职收入每年一万美元到全职收入每年 25 万美元或更多。我们把他们的故事讲给你听,同时也介绍他们做这项事业的技巧与秘诀,你可以利用这些信息做同样的事情。世界上不存在赚钱魔法,重要的是了解这个媒体,巧妙地工作并持之以恒。

各章摘要

我们将这套书分成三个部分。《电子商务——机遇入门》在较高的层次上介绍网络空间的业务；《电子商务——操作实例》介绍你起步时应该知道的那些技巧；《电子商务——经典范例》介绍了一些成功的经典范例，如全美十大网站。《电子商务——机遇入门》的前两章讲述每个做业务的人都应该熟悉的关于这种媒体的关键信息。接下来的四章介绍网络空间中3种主要的公司类型，这里分4个部分探讨现有的公司在电脑网络世界里的冒险活动（现有的公司都会属于这3种类型当中的某一种，但是他们各自所面临的挑战是不同的，这就是为什么要分出单独章节来讨论的原因）。《电子商务——操作实例》介绍每个人都必须知道的知识，不论他们属于哪一种公司类型。以下是各章的摘要。

《电子商务——机遇入门》：

第一章：“网络空间是个性空间”，介绍因特网的特征，这些特征使它有别于现有的其它任何媒体。这一章解释了我们身心是如何让我们与网络空间联系在一起的，这种联系不同于我们以前曾经使用的其他媒体，如无线电和电视。从企业的角度来理解网络空间的时候，这些信息很关键。

在第二章里，我们介绍网络空间中的机会，包括因特网上业务的增长、企业的盈收潜力以及在网络空间中上述三种基本类型包括了哪些公司。

第三章的核心是由广告支持的网站。这是在网上做生意的基本规则之一，我们将介绍成功的网上公司是如何通过吸引人们去访问他们的网站来赚取广告费的。

第四章介绍如何在因特网上销售商品和服务，包括在网络空间中什么有助于销售，以及为了在网络上进行销售你必须知道什么。网络上的信息量在爆炸性地增长，有的人受雇去开发那些内容并将它放在网络空间。

第五章涉及搜索网页内容、开发网页和帮助别人制作内容等信息。当前的企业面临网络空间的特殊挑战。

第六章介绍关于那些挑战的指南，教你如何成功地对付它们。你将会发现进入网络空间的企业容易犯的七大错误，并教你如何避免那些错误。

《电子商务——操作实例》：

第一、二章重点讨论创办一个成功的网站需要做什么和不能做什么。本章介绍了受到推崇的建站流程、所需要的工具、设计时的注意事项以及使网站成功的实用技巧。

第三章的重点是宣传你的网站。我们将讨论如何利用因特网的特性去宣传网站,还介绍了免费和廉价吸引读者的方式。

第四章讨论如何通过电子支付获得报酬。本章介绍最流行的电子支付方式,你要怎样准备才能得到电子支付的款项,如何利用其他网站的佣金销售,从广告客户和广告公司那儿你可以得到什么,及保护自己免遭欺骗的简单快捷的方法。

第五章也就是最后一章,以如何选择 ISP 来放置你的网站内容这类信息结束本书。在本章中,你将会发现一些重要的问题并找到每一个问题的解释,这样你就会明白它们的答案。附录是一个有用的参考内容,它包含本书各章所提到的所有公司、工具和资源的联系信息。此外,我们按字母顺序列出了 125 个网上公司的描述性列表。我们还列出了因特网术语和索引的词汇表。

为了有效使用本书,你必须知道什么

如果你在网络空间花了工夫的话,你将能够从这本书中得到更多的东西。要做到这一点,你并不需要花很多钱。事实上,即使你还没有自己的电脑,也不能上网,那你也能够开始在因特网上做一番事业。当地的公共图书馆、初级学院图书馆或者大学图书馆有可能为你所在社区的居民提供免费的上网服务。或者,你也可以通过在全国各地涌现出来的网吧上网,在网吧里既有咖啡可以喝也能上网,它按小时收费。也许你能找到一个可以教你到因特网上去逛逛的朋友。重要的是你可以上网了,你会熟悉网上冲浪。在本书的许多不同的地方,你需要上网查找我们在书上所介绍的例子。为了给你提供明确的信息,我们列出了一个简明的术语表,你应该熟悉它们,以便有效地利用这本书。

将这个简明的术语表查看一遍,如果你已经见过这些术语并明白它们的意思,那么你就可以真正投入其中了。

- 因特网浏览器,如:Netscape、Internet Explorer;
- URL(统一资源定位器,在因特网的 WWW 服务程序上用于指定信息位置的表示方法,简称网址),如: <http://www.paulandsarah.com>、<http://www.putnam.com>、<http://www.netscape.com> 和 <http://www.PCbios.com>;
- E-mail,电子邮件;
- 搜索引擎,如:Yahoo!、Excite、Alta Vasta 和 HotBot。

我们的希望

我们希望,在你去寻找本书提供的有关公司的地址和描述信息时,它们仍然正确。然