



实战型电子商务系列 “十二五” 规划教材

主 编◎商 玮 段 建

网络营销

E-Marketing



清华大学出版社



实战型电子商务系列“十二五”规划教材

主 编◎商 玮 段 建

副主编◎盘红华 张 磊 童红斌 邹玉金

参 编◎徐慧剑 张 婵 安 刚

网络营销

E-Marketing



清华大学出版社

北 京

内 容 简 介

本书共分九个学习项目,分别对营销型企业网站建设、搜索引擎优化、E-mail 营销、博客与微博营销、网络广告营销、视频营销、事件营销、整合营销等十余种网络营销方式进行了详细的介绍。本书注重从实际案例的角度出发,通过对企业真实操作的展示来归纳整理出网络营销的技巧与步骤,实用性强。同时,侧重实训与实践,帮助学生在学习之余充分掌握网络营销的实际操作技能。

本书适合作为职业院校电子商务等相关专业在校学生的网络营销教材,也适合企事业单位在职人员阅读参考。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

网络营销/商玮,段建主编. —北京:清华大学出版社,2012.9(2015.1重印)
实战型电子商务系列“十二五”规划教材

ISBN 978-7-302-29901-1

I. ①网… II. ①商… ②段… 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(2012)第 199367 号

责任编辑:陈仕云

封面设计:刘超

版式设计:文森时代

责任校对:张彩凤

责任印制:何芊

出版发行:清华大学出版社

网 址: <http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址:北京清华大学学研大厦 A 座 邮 编:100084

社总机:010-62770175 邮 购:010-62786544

投稿与读者服务:010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质 量 反 馈:010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

课 件 下 载: <http://www.tup.com.cn>, 010-62788951-223

印 刷 者:清华大学印刷厂

装 订 者:三河市少明印务有限公司

经 销:全国新华书店

开 本:185mm×260mm 印 张:22

字 数:521千字

版 次:2012年9月第1版

印 次:2015年1月第4次印刷

印 数:10001~11500

定 价:44.00元

产品编号:048851-01

丛书编委会

特邀专家：陈 禹 李 琪

主 任：宋文官

副 主 任：方玲玉 冯英健

秘 书 长：张 磊

委 员：（排名不分先后）

商 玮（浙江经贸职业技术学院）

段 建（北京博导前程信息技术有限公司）

宋 卫（常州信息职业技术学院）

范小青（浙江经济职业技术学院）

胡宏利（西安文理学院）

邵兵家（重庆大学）

张 利（西安邮电大学）

王冠宁（陕西工业职业学院）

吴洪贵（江苏经贸职业学院）

肖 旭（广州民航职业学院）

盘红华（浙江经贸职业学院）

张仙峰（海南师范大学）

刘四青（重庆工商大学）

李琳娜（海南职业技术学院）

李 艳（太原城市学院）

孟 飞（东营市技师学院）

毕建涛（大连理工大学城市学院）

闫 寒（天津开发区职业技术学院）

王 桃（海南职业技术学院）

宫 强（沈阳市信息工程学校）

许 伟（武汉长江工商学院）

曹 晟（武汉东湖学院）

钟 莹（南宁市第一职业技术学校）

何 牧（南宁市第六职业技术学校）

黄 伟（广西职业技术学院）
覃其兴（广西银行学校）
梁春贤（广西卫生职业技术学院）
马继刚（江苏省徐州财经高等职业技术学校）
常 军（淮阴师范学院）
李 丽（江苏省扬州技师学院）
吕成文（江苏财经职业技术学院）
王 彤（浙江育英职业技术学院）
刘东明（中国电子商务协会 PCEM 网络整合营销研究中心）
史大展（中国投资网）
范 峰（速途网）

丛 书 序

伴随信息技术的发展,电子商务服务手段不断升级,用户体验不断提升。加上资本力量的推动与引导,电子商务企业间的竞争日益加剧,市场格局不断变化,合作与竞争、利润与规模、细分与平台、综合与垂直、微创新与大颠覆电子商务企业不断在博弈中选择,在选择中变化。然而,在这种变化中,电子商务专业人才成了企业追逐的热点。

培养适应电子商务发展需要的各类人才,是高等院校及培训机构的重要任务,它直接影响到未来经济的发展。然而,目前国内外对于电子商务专业课程体系的研究还处于初级阶段,特别是对于技能型人才培养模式的研究与实际有较大的距离。

因此,本套教材尝试使用案例式教学方法进行细致引导,使学生纳入情景之中,将企业实际工作的具体步骤、策划思路以及实施细则呈现出来,既符合电子商务的特质,可以帮助学生举一反三地掌握模块化的专业技能,也能满足实际教学的需要。之所以能有如此多的企业案例加入到本套教材之中,有赖于每年中国互联网协会主办、北京博导前程信息技术有限公司承办的中国网络营销大会的支持。也正是在网络营销大会上,形成了企业与院校交流、沟通、合作的平台与机制,让本套教材的内容更加丰富。

相对于传统案例教学,本套教材的内容组织具有以下特点。

1. 系统性。本套教材经过充分调研与挖掘,对电子商务的运作过程进行了结构优化。从硬件基础到策划、建站、运营、推广,系统涵盖了各个运作细节。

2. 现实性。本套教材以企业实际项目为依托,教材内容组织以企业实际完成的项目作为基点,在复述项目实施的过程中增加教学思考,无论从操作步骤还是具体实施方法上,都能够让学生有所领会。所体现的内容不仅是企业电子商务运作中的实际情况,同时也是对学生思维过程的引导。

3. 实用性。本套教材以实战为基础,以案例为导向,对实训项目进行了改善,使之与案例内容遥相辉映,降低了实训的门槛,但达成的效果并没有打折扣,学生不仅要掌握每项技能,还需要学会团队协作。

本套教材的编写得到了诸多专家、企业家和一线教师的支持,感谢陈禹教授、李琪教授等专家的帮助,感谢诸多企业愿意分享他们的案例,企业名称不一列举,最后感谢诸位老师的参与和执笔。

虽然经过作者的努力,教材中的内容难免还会有不足的地方,还望各位读者批评指正,我们愿意将本套教材持续地完善下去,共同推动国内电子商务实践教学快速发展。

丛书编委会主任 宋文官

2012年7月

前言

现代管理学之父、在管理界享有盛誉的思想大师彼得·德鲁克有句名言：“一家企业只有两个基本职能——创新和营销。”营销跟随着创新，有时候还会引导着创新，所以营销必须与时俱进，甚至还要走到时代的前列。一百多年前出现了报纸，报纸广告几乎也就同时诞生。20 世纪后半段，电视成为了最主要的媒体，而电视也就成为了企业争相占领的营销平台。现在，网络已经取代电视成为了新的媒体老大，于是网络也就必然成为新的营销战场。据中国互联网络信息中心报道，网络营销已成为中小企业使用率最高的营销方式。

回溯到 2010 年 6 月，北京国宾酒店，一年一度的网络营销大会如期而至。在短短的两年时间里，由中国互联网协会主办，北京博导前程信息技术有限公司承办的网络营销大会已成长为国内知名和权威的探讨中国网络营销发展和校企联盟的盛会。会上，包括门户网站、搜索引擎、电子商务、移动互联网、效果营销、视频营销、社会化营销等在内的行业高层，以及网络营销咨询顾问、权威数据研究机构、医药、教育培训等网络营销应用从业人员，纷纷登台亮相，拔“刀”亮“剑”，共同分享网络营销典型案例及应用创新经验。坐在台下，看着一张张激情洋溢的面孔，听着一个个鲜活实用的案例，不禁心潮澎湃。作为一名来自高职院校的代表，以及从事网络营销教学的教师，我们一直在想，如果能将这最新的网络营销应用成功案例与网络营销创新产品开发成网络营销教学案例，实时应用于高校网络营销教学，岂不是解决目前高校网络营销人才培养瓶颈问题的一道良方？

幸运的是，当我们将此想法告知北京博导前程信息技术有限公司总裁段建先生时，得到了他的击节赞赏和积极回应。作为国内教学软件行业及网络营销培训领域的领跑者，博导前程一直致力于推进中国电子商务的实践、研究和教学，而且与众多互联网企业有着良好的合作关系，人脉资源丰富。经过热烈的探讨后，双方在合作共建“网络营销”课程、共同编著《网络营销》教材上达成了诸多共识。双方约定，不仅要把网络营销大会上的经典案例开发成教学产品，在不久的将来，还将建立网络营销案例资源库平台，吸引更多的企业参与到高校的“网络营销”课程建设中来，将最新的营销成果、工具、方法和技巧上传至资源库中，由高校教师和企业专家合作，将企业案例转化为教学案例，加速企业资源向高校课堂教学的转化，以确保“网络营销”课程教学的时效性。通过网络营销案例库，实现高校和企业的合作。高校在此过程中获取所需教学资源，企业在合作过程中扩大在高校师生中的知名度，培育潜在用户，从而达到双赢。

经过近两年时间的谋划、碰撞、交流与编写，成就了目前摆在大家面前的这本《网络营销》教材。本书以网络营销典型工作任务为主线，设计了九个项目，基本覆盖了目前企业应用的主流网络营销工具。本教材组织结构分为三大模块：模块一为学习案例，通过案例了解营销的过程，学习网络营销实用策略和技巧，为学生提供一个可以模仿的蓝本；模

块二为相关知识,主要介绍案例中涉及的关于网络营销领域的理论知识,有助于学生提升理论水平,同时适当介绍一些营销领域内的专业术语和国内外营销经典案例,以拓展学生的知识面;模块三为实训项目,通过设计与案例类似的企业任务,让学生应用相关工具完成网络营销实战,将抽象的理论细化为具体的能力,体现了高职教育的特点。

本书由浙江经贸职业技术学院和北京博导前程信息技术有限公司共同策划、编写。具体编写分工如下:浙江经贸职业技术学院商玮副教授和北京博导前程信息技术有限公司总裁段建负责全书的整体设计和统稿;项目一由徐慧剑、张磊编写;项目二、三、四由童红斌、张磊编写;项目五、六由邹玉金、张婵编写;项目七由盘红华、张婵编写;项目八由张磊、安刚编写;项目九由商玮、段建、张磊编写。

在本书编写过程中,中国人民大学陈禹教授、西安交通大学李琪教授、上海商学院宋文官教授、新竞争力总裁冯英健先生提出了许多宝贵建议,在此表示感谢。教材中所涉及的企业为本书提供了众多鲜活案例,使我们能在本书中分享它们的经验,在此一并致谢。

本书适合所有对网络营销、电子商务感兴趣,想在网上推广销售的人们,尤其对职业院校电子商务专业学生、企业网站的网络营销人员、希望开始网上销售的传统企业营销人员以及网络服务公司等更具有参考价值。

把思想和经验整理成文字需要更多的思考与斟酌,也是一个不断提升与完善的过程。作为校企合作教材编写的一种新的尝试,本书一定存在诸多待改进之处,敬请广大读者批评指正。

“问渠哪得清如许,为有源头活水来”,期盼更多的企业加入到高校“网络营销”课程建设中来,以确保案例的真实性、时效性和新鲜度。我们相信,有了源头活水的不断注入,高校的“网络营销”课堂将永葆活力与魅力!

商 玮

2012年5月20日



项目一 营销型企业网站建设	1
模块一 学习案例	2
案例一 博星卓越教学实验网	2
任务一 博星卓越教学实验网需求分析	3
任务二 博星卓越教学实验网项目策划	3
任务三 博星卓越教学实验网的开发实施	14
任务四 博星卓越教学实验网的网站测试	19
任务五 博星卓越教学实验网的运营	22
任务六 博星卓越教学实验网的效果监测与分析	26
案例二 新竞争力企业网站	32
任务一 新竞争力网站需求分析	33
任务二 新竞争力网站项目策划	33
任务三 新竞争力网站的开发实施	38
任务四 新竞争力网站优化与推广	41
任务五 新竞争力营销实施效果评测分析	42
模块二 相关知识	46
模块三 实训项目	51
任务一 营销型企业网站需求分析	51
任务二 营销型企业网站项目策划	52
任务三 营销型企业网站设计与开发	52
任务四 营销型企业网站测试	53
任务五 营销型企业网站的运营与维护	53
任务六 营销型企业网站的效果监测与分析	54
项目二 搜索引擎优化	57
模块一 学习案例	58
案例一 博星卓越教学实验网网站 SEO 优化	58
任务一 博星卓越教学实验网 SEO 实施分析	58
任务二 博星卓越教学实验网 SEO 实施策划	59
任务三 博星卓越教学实验网 SEO 的实施	70
任务四 博星卓越教学实验网 SEO 效果监测	75

案例二	中国票务在线火车票频道 SEO 优化.....	81
任务一	中国票务在线火车票频道 SEO 实施分析.....	82
任务二	中国票务在线火车票频道 SEO 实施策划.....	82
任务三	中国票务在线火车票频道 SEO 的实施.....	83
任务四	中国票务在线火车票频道 SEO 效果监控.....	84
案例三	hao123 桥页导航 SEO.....	86
模块二	相关知识.....	88
模块三	实训项目.....	95
实训一	搜索引擎模拟实训.....	96
任务一	将网站提交至搜索引擎.....	96
任务二	查看提交的网站.....	97
任务三	蜘蛛抓取网站页面.....	98
实训二	SEO 实训.....	99
任务一	SEO 实施分析.....	99
任务二	SEO 实施策划.....	99
任务三	SEO 的实施.....	100
任务四	SEO 的效果监控与分析.....	100
实训三	竞价排名.....	101
任务一	创意编写.....	101
任务二	关键词出价.....	101
项目三	E-mail 营销.....	102
模块一	学习案例.....	103
案例一	2011 中国网络营销大会参会邀请 E-mail 营销.....	103
任务一	策划 E-mail 营销方案.....	103
任务二	收集整理邮件列表.....	105
任务三	制作邮件内容.....	110
任务四	发送邮件.....	120
任务五	效果监控与评估.....	122
案例二	FT 中文网邮件订阅.....	125
任务一	邮件订阅的项目分析.....	125
任务二	邮件订阅的项目策划.....	126
任务三	订阅邮件的发送.....	132
模块二	相关知识.....	134
模块三	实训项目.....	137
任务一	策划 E-mail 营销方案.....	139
任务二	收集整理邮件列表.....	139
任务三	制作邮件内容.....	139

任务四 发送邮件	141
任务五 效果监控与评估	142
项目四 博客与微博营销	144
模块一 学习案例	145
案例一 博星卓越博客营销	145
任务一 博客营销分析	145
任务二 注册博客	148
任务三 内容编辑	149
任务四 发布文章	153
任务五 效果监控与评估	155
案例二 农享网微博营销	156
任务一 微博营销策划	157
任务二 注册微博	159
任务三 内容编辑	160
任务四 发布微博	167
任务五 效果监控与评估	167
模块二 相关知识	169
模块三 实训项目	177
实训一 博客营销实训	177
任务一 策划博客营销方案	178
任务二 注册博客	178
任务三 内容编辑	179
任务四 发布博客文章	179
任务五 效果监控与评估	179
实训二 微博营销实训	179
任务一 策划微博营销方案	180
任务二 注册微博	181
任务三 内容编辑	182
任务四 发布微博	182
任务五 效果监控与评估	182
项目五 网络广告营销	183
模块一 学习案例	184
案例一 乐百氏网络广告	184
任务一 确定网络广告目标	185
任务二 策划网络广告内容	185
任务三 投放网络广告	186
任务四 效果监测和评价	187



案例二 361° 特约大运会网络广告	188
任务一 确定网络广告目标	189
任务二 策划网络广告内容	190
任务三 投放网络广告	191
任务四 效果监测和评价	195
案例三 多普达触动中国——新浪网广告	196
任务一 确定网络广告目标	197
任务二 策划网络广告内容	197
任务三 投放网络广告	198
任务四 效果监测和评价	200
模块二 相关知识	201
模块三 实训项目	206
任务一 确定网络广告目标	207
任务二 网络广告营销方案策划	208
任务三 网络广告设计与制作	208
任务四 班级内部广告互评	208
项目六 视频营销	209
模块一 学习案例	210
案例一 曼秀雷敦乐肤洁的视频营销案例	210
任务一 策划视频营销方案	211
任务二 实施视频营销活动	214
任务三 播放营销视频及推广	215
任务四 营销效果监控与评估	218
案例二 诺基亚 N8 翻拍《珍珠港》案例	220
任务一 策划视频营销方案	221
任务二 实施视频营销活动	224
任务三 播放营销视频及推广	226
任务四 营销效果监控与评估	228
模块二 相关知识	229
模块三 实训项目	232
任务一 确定视频营销目标	233
任务二 策划视频营销方案	233
任务三 方案讲解	233
任务四 视频拍摄与制作	233
任务五 班级内部视频互评	233
项目七 事件营销	234
模块一 学习案例	235

案例一 “封杀王老吉”——成功的网络事件营销	235
任务一 王老吉事件营销实施分析	236
任务二 王老吉事件营销策划	237
任务三 王老吉事件营销实施	242
任务四 王老吉事件营销的效果分析	244
案例二 联想“红本女”——“毁誉参半”的网络事件营销	248
任务一 联想“红本女”事件营销实施分析	249
任务二 联想“红本女”事件营销策划	250
任务三 联想“红本女”事件营销的实施	253
任务四 联想“红本女”事件营销的效果分析	259
模块二 相关知识	262
模块三 实训项目	266
任务一 确定事件营销目标	267
任务二 策划事件营销方案	268
任务三 事件营销实施方案讲解	268
项目八 其他网络营销方式	269
方式一 论坛营销	270
模块一 学习案例	270
模块二 相关知识	271
模块三 实训项目	273
任务一 确定论坛营销目标	273
任务二 论坛营销方案策划	273
任务三 论坛营销方案实施	274
方式二 问答营销	274
模块一 学习案例	274
模块二 相关知识	276
模块三 实训项目	278
任务一 确定问答营销目标	279
任务二 问答营销方案策划	279
任务三 问答营销方案实施	279
方式三 IM（即时通讯）营销	280
模块一 学习案例	280
模块二 相关知识	282
模块三 实训项目	285
任务一 确定IM营销目标	285
任务二 策划IM营销方案	285
任务三 IM营销实施	286

方式四 网上促销.....	286
模块一 学习案例.....	286
模块二 相关知识.....	289
模块三 实训项目.....	291
任务一 确定网上促销目标.....	292
任务二 完成促销策划方案.....	292
方式五 RSS 营销.....	292
模块一 学习案例.....	292
模块二 相关知识.....	294
模块三 实训项目.....	296
任务一 确定 RSS 营销实训目标.....	296
任务二 策划 RSS 营销方案.....	297
任务三 RSS 营销方案实施.....	297
方式六 黄页与目录营销.....	297
模块一 学习案例.....	297
模块二 相关知识.....	299
模块三 实训项目.....	300
任务一 确定黄页与目录营销的目标.....	301
任务二 网站目录导航营销的实施.....	301
方式七 交换链接.....	302
模块一 学习案例.....	302
模块二 相关知识.....	303
模块三 实训项目.....	305
任务一 明确交换链接营销的目标.....	305
任务二 交换链接营销方案的策划.....	306
方式八 信息发布.....	306
模块一 学习案例.....	306
模块二 相关知识.....	308
模块三 实训项目.....	310
任务一 明确信息发布营销的目标.....	310
任务二 信息发布营销方案的策划.....	311
任务三 信息发布营销的实施.....	311
项目九 整合营销.....	312
模块一 学习案例.....	313
案例一 DHC 整合营销案例.....	313
任务一 确定整合营销目标.....	313
任务二 策划整合营销方案.....	314

任务三 实施整合营销方案	315
任务四 效果监测与评估	319
案例二 DELL 网络整合营销案例	321
任务一 确定整合营销目标	322
任务二 策划整合营销方案	322
任务三 实施整合营销方案	323
任务四 效果监测与评估	328
模块二 相关知识	329
模块三 实训项目	331
任务一 确定整合营销目标	332
任务二 策划整合营销方案	332
任务三 整合营销实施方案讲解	333
参考文献	334

项目一 营销型企业网站建设



能力目标

-  能够撰写营销型企业网站策划方案；
-  能够撰写营销型企业网站推广与运营方案；
-  能够熟练使用常见的网站制作工具；
-  能够进行营销型企业网站一般性的建设、运营与推广。



知识目标

-  了解营销型企业网站的相关知识；
-  掌握营销型企业网站建设的相关工具；
-  了解营销型企业网站的评价元素；
-  掌握营销型企业网站的建设方法；
-  掌握营销型企业网站推广与运营的方法。

本项目的工作任务是通过详细分析两个企业网站案例，让学生对营销型企业网站建设的理论知识有一个深入的认识；通过学生亲自动手实践营销型企业网站的策划、建站、推广等，让学生体验到营销型企业网站建设的整个过程，掌握营销型企业网站建设的方法和技巧。

模块一 学习案例

案例一

博星卓越教学实验网



(一) 支持企业

北京博导前程信息技术有限公司。其企业 Logo 和博星卓越品牌 Logo 如图 1-1 所示。



(a) 北京博导前程信息技术有限公司 Logo



(b) 博星卓越品牌 Logo

图 1-1 企业 Logo

(二) 企业背景

北京博导前程信息技术有限公司是国内知名的教学软件研发机构和销售商。其前身为陕西博星卓越资讯有限公司，于 1999 年在西安成立。作为国内著名的教学软件公司，北京博导前程信息技术有限公司为高校提供专业教学软件产品，支持高校实训教学，致力于提升互联网环境下学生的综合竞争力，是国内高校教学软件的领跑者，代表着我国教学软件开发与实验教学研究的最新动向。

(三) 案例详解

北京博导前程的博星卓越品牌尽管已有教学产品网站 (<http://www.didida.com>)，但由于该站点为早期衍生而来的纯静态网站，在内容更新方面十分麻烦。2009 年，为了更广泛地宣传、推广博星卓越教学产品，北京博导前程特建设博星卓越教学实验网 (<http://www.boxingzhuoyue.com>)。博星卓越教学实验网是推广北京博导前程旗下博星卓越品牌软件产品的主要站点，除了对博星卓越系列教学产品宣传介绍、提供教辅材料外，还详细配给了大量贴合产品和教学实际需要的教学资源，是了解博星卓越品牌与教学产品，提高实践教学内容的重要网站。该网站的建设经历了网站分析、网站策划、网站建设、优化推广与监控分析四个阶段。

本案例通过介绍博星卓越教学实验网的建设过程，全面涵盖域名、空间、网站主题、策划、样式规划、内容添加、优化推广、效果监控等层面，剖析营销导向的网站建设的全过程，如图 1-2 所示。

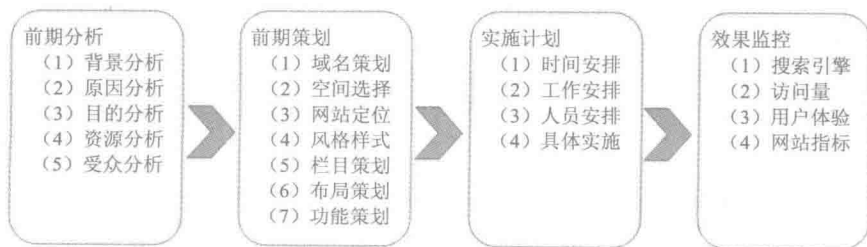


图 1-2 营销型企业网站建设步骤