

提升小企业营销的网络驾驭能力
降低小企业营销的网络运营成本

Virtually Free Marketing

零成本

网络营销

80个实用技巧

(修订本)

(英) 菲利普·R·霍尔登 著
高采平 史鹏举 译



电子工业出版社

PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY

<http://www.phei.com.cn>

提升小企业营销的网络驾驭能力
降低小企业营销的网络运营成本

Virtually Free Marketing

零成本 网络营销： 80个实用技巧

(英) 菲莉普·D·霍小豆 著
高采平 史鹏举 译

电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry
北京·BEIJING

Philip R Holden: Virtually Free Marketing: Harnessing the Power of the Web for Your Small Business

Copyright © Philip R Holden 2008

This translation is published by arrangement with A & C Black Publishers Ltd.

All rights reserved.

本书中文简体字版由 A & C Black Publishers Ltd. 授权电子工业出版社独家出版发行。未经书面许可, 不得以任何方式抄袭、复制或节录本书中的任何内容。

版权贸易合同登记号 图字: 01-2009-5327

图书在版编目 (CIP) 数据

零成本网络营销: 80 个实用技巧 / (英) 霍尔登 (Holden, P.R.) 著; 高采平, 史鹏举译. —修订本. —北京: 电子工业出版社, 2012.7

书名原文: Virtually Free Marketing

ISBN 978-7-121-17620-3

I. ①零… II. ①霍… ②高… ③史… III. ①中小企业—网络营销 IV. ①F276.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 158640 号

责任编辑: 刘露明

印 刷:

装 订: 三河市鑫金马印装有限公司

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: 720×1000 1/16 印张: 14.5 字数: 270 千字

印 次: 2012 年 7 月第 1 次印刷

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。

Virtually Free Marketing

■ ■ ■ ■ ■ 前 言 ■ ■ ■ ■ ■

社交网站 Facebook 的保守估价大约为 0.15 亿英镑。而 eBay 本身价值几十亿美元，还要花极高的价格（14 亿美元）收购了一家提供网络电话服务的公司。Bebo——你也许听说过这个公司，只是可能没有访问过它，也以 8.5 亿美元的价格售出。

这听起来有点像淘金热或商业泡沫，并且有些评论家认为现在非常知名的一些网站可能不会太长久。不过本书不是要告诉你如何成为下一个杰夫·贝索斯（Amazon 的创建者）或马克·扎克伯格（Facebook 的创建者）。本书面向所有的小企业、俱乐部、非营利机构或社会型企业的所有者或管理人；同时，也是为你准备的，不管你经营的是一人企业，还是拥有 500 名员工的企业；本书也是为那些认为 Amazon、Facebook 或其他一些网站和产品能够给他们的企业带来效益的人们写的。

本书有哪些内容，你应该做些什么

本书中的很多想法和观点来源于网络本身。因此，在编写过程中提供了很多网络资源的链接，以及与这些产品和服务相关的链接。这样你就可以亲自检验一下本书所讲的内容，这也是资源的提供者所期望的。网络世界中有无数的精英，他们都很优秀。

当然，这意味着你要阅读本书并上网，以便对在线营销形成全面的认识。你也可以选择在床上阅读，不过不要忘了做笔记，并在电脑上完成后续工作。

Virtually Free Marketing

坦率地讲，本书还不算是一本完整的指导手册。网上不乏有用的建议，而且其中的一些是非常详细的。因此本书就像是一张交通路线图，它能够让你知道自己应该朝着什么方向前进，以及应该走哪条路线。

当然，本书是讲述营销的。但它也是讲述你应该安装和使用哪方面软件的书。本书的主旨不是介绍这些网站和工具是如何运作的，而是介绍它们能够对你和你的企业发挥什么样的作用。更具体地讲，是它们能够对你和你的企业的营销发挥什么样的作用。

书中讲述你应该如何使用这些软件和网站，你须要亲自去尝试。部分案例源自一些人的真实经历，讲述了他们是如何在几乎不需要任何花费的情况下赢利的，还有一些案例是虚构的。我注册并使用了本书中提到的所有产品或网站，并研究了一些替代产品。

你可以登录 www.pleasewalkonthegrass.com 与我们交流，写下你的个人经历。并通过博客和论坛，分享你的个人经历，就本书的话题进行评论。

小企业营销的概念

如果你还不太确定对于一个小企业来说，营销究竟是什么的话（以及它为什么不同于亨氏和联合利华的营销），本书的第2章将详细介绍。即便你知道什么是营销，第2章也还是值得一读的，因为它介绍了营销的战略方针等。因此，你要明白你从网络上所得到的取决于你的付出，并在一定程度上取决于你的目标。营销并不仅仅是推广或销售，它涉及与顾客相关的一切活动，因此对于一个小企业来说，营销决定一切。

如果你的目标是在维持现有顾客的基础上争取更多的顾客，销售更多产品，提高利润率，这本书将对你产生很大的帮助。如果你的目标是与 Microsoft 或 News International 竞争的话，那它可能对你帮助不大。

世界是不断变化发展的。因此，本书今天阐述的观点在现今虽然正确的，但随着新的网络 and 应用程序的出现，一切都可能改变。不过，你只要弄清本书的主旨，跟着本书的分析脉络，你就会跟上时代的发展趋势。

Virtually Free Marketing

目 录

第 1 章 营销和“新”网络

世界的发展日新月异，网络已经深入到生活的方方面面，从吃饭穿衣到工作学习，从个人网上购物到企业网上营销都可在网上完成。既然我们无法离开网络，那么何不利用它呢？更何况它们中有那么多资源都是免费的，还能为企业增加利润！

1

第 2 章 找到适合的营销方式

成立企业，确立发展目标；然后设计实施步骤，找到适合自己的营销方式。但是无论利用何种方式，其目的都是要让不了解你的顾客对你有更真实的感受，包括由外向内和由内而外两种方式，其前提是你的各种信息要真实、一致。

10

第3章 创建博客

创建博客是你在网上占有一席之地最简单且最便宜的方式之一，更重要的是它可以让你同很多人建立联系。通过博文平台，尽可能多地介绍自己，与其他博客建立链接，与对你感兴趣的人真心交流。

25

第4章 创建网站的简单方法

创建网站的方法很简单。本章对谷歌、雅虎和微软网站的在线文档存储服务 and 免费网站空间设计的相关软件进行了详细的比较和说明，你可以根据自己的情况进行固定选项和可添加项选择性地使用。托管是可以自由选择的工具，它也许能够帮你不少忙呢！

45

第5章 网络巨头的具体服务内容

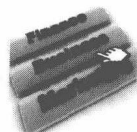
谷歌、雅虎和微软这三大搜索网站之所以被称为小公司坚强的后盾，主要因为它们有忠实的用户支持。通过阅读本章，你可以对其有具体了解，包括服务项目、顾客定位、发布打折优惠券、列出产品特征等很多实实在在的推销方式。此外，你在利用网络推销自己的同时，还可以通过刊登他人的广告取得额外收入。

64

第6章 在 eBay 和 Amazon 上销售

eBay 和 Amazon 是两大在线销售网站。本章从客户的角度分析了其销售模式的特点，介绍了如何利用网站和网站浏览者的特点确立网上开店的条件、店铺设计、销售方式、定价标准、开店费用、网站收费标准、支付方式等。

81



第 7 章 线上推广和线下推广

和传统的营销相比，网络营销分为线上推广和线下推广。两种推广方式要相互结合，相互促进。线上推广包括：保证供应链上每个环节密切衔接；确定目标，诚实地介绍你自己；不断与其他网站建立链接以扩大知名度，实现“鼠碑”营销。线下推广是通过新闻、电台、简报等媒体来配合宣传。

111

第 8 章 Facebook：适合新手的社交网站

Facebook 是近几年发展最快的网站之一，它虽然还很年轻，但是它的发展速度说明它在年轻人中的影响力非常大。多多研究借鉴这个网站你将受益匪浅：便捷地注册页面，设计个性化简历，加入群组，组织活动以吸引人们访问，利用网速设计的应用程序做广告。

135

第 9 章 创建自己的社交网站

浏览社交网站成了人们生活的一大乐趣，你可以把 Myspace、Bebo、Ning 等国外极为流行的网站作为了解国外网络营销的窗口和突破口，开辟你的全球市场。Myspace 收集用户数据的数量和广告定位的准确性仅次于 Yahoo；Bebo 吸引了来自新西兰等欧洲国家和澳大利亚的很多用户，在英国已经超过了 MySpace；Ning 是一个用于创建自己社交网站的平台，只要你允许 Ning 的合作伙伴在你的网站上做广告，Ning 就可以为你免费服务。

157

第 10 章 使用图片、视频及其他媒介

图片、视频等媒介在网站上的推广作用不亚于文字介绍。如何让照片和视频成为你网站或博客的亮点？如何让产品照片更具有专业性，网络视频更清晰？这里有很多经验可以借鉴，如拍照技巧、拍照视角、修饰照片、分享照片等。

174

第 11 章 寻找免费或廉价的网上服务

如果你需要寻找特殊产品，或定制服务，或需要一些技术指导的话，该怎么办呢？你只要敲敲键盘，有许多网站就可以为你所用。为什么不呢？何况它们确实很有用！从简短的“脚本”程序、完整的企业网站设计模板，到页面与数据库的整合，你都可以获得帮助。

186

第 12 章 其他的网上运作方式

本章主要介绍能够帮助你与客户或同事开展协作的一些工具，37signals (www.37signals.com) 网站里有很多网络专家介绍最新专业程序，共享工具可以将你的工作区和网站整合起来。一个专业的分享平台可以帮你建立联系人数据库并且进行整理与控制。创建 Skype 账户拨打免费电话等。

196

附录 网络营销必备

后记 明天的网络：奇异且精彩



营销和“新”网络

*Virtually
Free Marketing*



世

界正不断地变化……

互联网自其出现以来，一直处于发展变化之中。也许就在你读完本章时，它已变得与刚才不一样了。我们现在还不太容易感觉到它的后续效应，因为我们正处在这场变革之中。这场变革不但影响我们的交流方式，还影响我们对企业、产品和市场的理解。

互联网对我们来说已经没有任何新意可言了，它就像我们在商业报刊中读到的“蛇油商人”（“骗子”的俚语）一样平常。

问题是对于很多顾客来说：首先，互联网已经深入我们生活的方方面面。当今世界，收发电子邮件、浏览网页、网上购物、下载音乐和观看在线视频已经成为了我们每天的必修课，它已不再像刚开始时具有新鲜感！其次，是我们需要接受更多的新元素。

作为商业人士，一些人刚把邮件和网站的使用提上日程，就会被纷繁芜杂的社交网络弄得眼花缭乱。还有一些人建立自己的网站，在 eBay 上赚钱，了解电子商务的运作方式，并在 BlackBerry 上“微博”他们的日常生活。

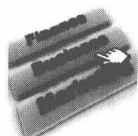
不幸的是，尽管你认为自己可以在不联网的情况下销售汽车、插花、古玩、摄影服务、房屋或花园设计服务，可以招募会员或筹集资金，但实际上，你的企业还是离不开互联网。



网络深入生活的各个角落

显然，人们对网络（尤其是宽带）的利用已大大增加，因此越来越多的人能够比以往任何时候更容易地联网（更加快速、频繁，而且更有能力处理大量数据）。现在，通过移动设备和电视上网的人也越来越多，当然也可以在网上或手机上看电视。所有的这一切都依赖于网络，因此，如果你的企业在网上没有自己的一席之地，这种损失对你来说是无法估量的。

其次，Web 2.0 的阶跃变化（比如某个软件产品的最新版本）能够让人们（比如你和你的顾客）更加自由地决定网络上的内容，即所谓的“用户生成内容”或“读写网络”。这两种变革将会对营销产生深远的影响。



像 Facebook 和 Bebo 这样的社交网站就是 Web 2.0 范例。不过它本身并不是一种技术革新（尽管 Ajax 等开发技术在易用性上有所改进），而是现有技术应用领域的一种拓展。

O'Reilly，一家知名的技术咨询公司（www.oreilly.com），它在其举办的 Web 2.0 2004 年年会上，就指出了 Web 2.0 所带来的巨大变革（实际上“Web 2.0”这一说法就是由它提出的），现在这种变革还在不断加快。2006 年年末，它把博客、用户生成内容、播客、维基等的发展描述为“用户生成的智能网络”。现在，它已经开始研究 Web 3.0 了。



如何应对这些变化？

有些人喜欢把头深埋在沙堆里，而不去关心周围的情况。要想成功创业，必须依靠高科技产品和服务吗？

情况未必如此。后面的章节将会讲到，Web 2.0 正在改变许多小企业和机构的经营方式，甚至业主们对自己企业的看法。而这种情况几乎遍及了像食品零售商、水管工、工程师、建筑师、音乐家、艺术家在内的任何职业。

早在 20 世纪 90 年代（互联网发展史上的“旧石器时代”），一些目光敏锐的人——约瑟夫·派因（Joseph Pine）、唐·佩珀斯（Don Peppers）和玛莎·罗杰（Martha Rogers），就曾预言哪些行业会从这种技术革新中获益，而当时的网络还处于婴儿期。

Pine 和 Co 指出信息技术（万维网）的普及，会将重点从市场和产品转移到顾客和服务上来，还特别提到顾客也可以利用该技术进行信息咨询，因此，要求企业提供顾客所需的信息。他们提出，企业提供信息本身可能就是一种市场。实际上，我们应该尽最大努力满足顾客的信息需求，而不仅仅专注于完成每一笔交易；我们要在某个特定的顾客群中占据统治地位，而不一定要在现实世界的市场中占有一定的份额。

这听起来似乎有点难以理解，不过你也不要担心。读完本书，你将会发现书中的很多实例都能够说明网络营销就是关于互动、约定及如何与顾客打交道的。现在你不但要善于推销你的汽车、插花技术、古玩、摄影技术、房屋或花园设计服务；而且你也要善于展示你的这些专长。

Virtually Free Marketing

为什么？原因很简单，顾客不会耐心地等着你向他们推销：他们在网上寻找他们需要的东西……合理的价格……即日发货。换句话说，在营销过程中，顾客变得比以前更加积极主动了。

下面我们看一下 Pine 和 Co 是如何对这种新经济条件下的产品和服务进行分类的。

复杂产品或服务 供应商可以推荐用户订购这些产品——此类产品的供应商可以在网上为用户提供建议。而且顾客在产品规格、加工程度以及交货时间等方面有一定的选择余地。这里的产品不仅仅是顾客最后收到的货物，还包括用户在决策过程中得到的服务。

可以在网上定制厨房或暖房吗？当然可以，而且越来越多的顾客希望提前看到他们的厨房或暖房会成为什么样子，尽管他们也可以选择去一家实体店，并从不同的设计中选择（登录 <http://tinyurl.com/2pnhdf>，看一下 Ikea 的房屋设计程序）。

“大件”商品 在购买“大件”商品的过程中，货比三家会给购买价格带来很大的不同。

“贵”只是相对的，对于很多消费者来说，“大件”商品指的是他们不经常购买的商品，如买车或出去度假。有多少人不知道去网上对各种旅行路线、宾馆和价格进行比较呢？

数字产品和服务 所有能够在网上“派送”的产品都已经实现了网上派送。

1983 年，当约瑟夫·派因（Joseph Pine）和他的同行们发表他们的见解时，NetBank 即将成立。有趣的是它于 1997 年以失败而告终，而现在主要的金融机构都已经实现了在线交易。如果你提供某项服务，你可以在网上完成该服务的部分或者全部，这不但能为你节省资金，还能为顾客带来便利。

奢侈品和特色商品 这里说的是不太容易找到且符合顾客的某些特殊要求的商品。

奢侈的食品、服装甚至给你的宠物佩戴的珠宝都可以在网上购买。实际上，你没有必要在当地繁华的商业街上开一家奢侈品实体店，你完全可以在网站上或 eBay 店铺中销售这些商品。

零售服务 购物之所以被看做是一种负担，是因为你实际上并不想拖着疲惫



的身躯往返于各个商店，你也许只是想比较一下各个店铺的价格和特色。

在英国，2007年的圣诞节期间，25%的家用电器都是在网上售出的。你会在你知道和不知道的所有店铺中进行搜索，寻找最合理的价格。为了确保买到最划算的商品，你很可能会在网上购买。即便是在现实世界中购买，在选择商店时你也会受到网络搜索结果的影响。

因此，派因（Pine）、佩珀斯（Peppers）和罗杰（Rogers）建议企业形成：

- 信息战略——知道顾客需要什么信息，并提供这些信息。
- 生产/配送战略——知道如何把产品或服务（包括信息）送到顾客手中，尽管他们与你进行的是远程交易。
- 组织战略——知道如何确保自己的企业完成各项任务。
- 评估战略——通过某种方式评估你的企业的成败。

此外，还要在此基础上加上营销战略（主要针对顾客），以确保上述策略能够按照公司既定的方向发展，实现目标。本书的下面章节将继续探讨这个问题，不过你现在须要记住的是，要想在这个新的营销世界中占据优势，你需要对企业进行全面的改革。

在这个环境中，一些产品是可以被数字化的，因此可能会出现无数差别不大的商品和大量瞬间可得的数据。

最近，克里斯·安德森（Chris Anderson）（<http://tinyurl.com/2okqbk>）发明了“freeconomics”（免费经济学，出自《魔鬼经济学》）一词，用以描述颠覆了正常商业规则的数字化变革。免费经济学的意思就是企业可以先免费赠送一些产品或服务给顾客，为的是使这些顾客在日后可以需要用其更高级的产品或服务，从而使企业本身能够获利。比如，先向顾客提供简单的服务（当然是免费的），当顾客需要更高级的服务的时候，就要向这家企业付费了。

如果你想在当地找一位有装配经验的电气工程师，你需要的并不是大量的数字化数据。你应该快速搜索数据库，先找到几个合适的候选人，并得到能够证明他们的技术水平和可靠性的推荐和保证。为了更快地得到这些结果，也许你甚至愿意为此支付一定的费用。

这个问题值得思考。在寻找工程师的过程中，你需要的不是简单的信息，还包括候选人的工作表现、可靠性等方面的能力。能够进入该数据库的人可以向你

提供这些信息，满足你的需求。

这个数据库实际上就是网络。提供该服务的也不一定是大公司，只要它们能够及时满足你的需求就可以了。



要使企业发展必须眼光长远

你的企业与众不同吗？是，又不是。要想使用新网络的工具发展你的企业，你就必须了解顾客的信息需求，并满足他们的需求，有时要在他们自己还没有意识到他们有什么需求之前。这些需求包括购买和销售汽车、插花、摄影、卖房、招募支持者，等等。

有时，你只要能够满足某个特定群体（也许只是一个或两个单独的顾客）的特殊需求，就足以维持你的企业的运营了。如果这些顾客在今后不需要再去别处就能使他们的需求得到持续满足，你就拥有了营销学中所谓的“持续竞争优势”。



本书的写作宗旨

我们在下一章中将继续探讨如何创建适合这种新环境的营销计划。我在这里首先要阐述一下本书在写作过程中产生的一些关于这种新的营销方式的想法。

有些想法是在与同事讨论的过程中产生的，其中包括尼克·韦德（Nick Wilde）（*Marketing PR on a shoestring* 的合著者之一，该书于 2007 年由 A & C Black 公司出版）。还有一些想法是在与网络或现实生活中的朋友交流过程中产生的，他们当中的一些人比我更了解营销。也许有人会写一本书来阐释这些新的商业准则给企业带来的影响，但本书没有一一研究这些准则，仅对它们进行一下总结。当阅读本书的其他部分时，你要把这些准则记在心中，你也许还要庆幸自己经营的是一家小企业或组织——这些准则对于那些大的机构来说相对难接受。

真诚 对于一个小企业的品牌来讲，这一点是最重要的。你可能并不是世界上最好（或收费最低）的水管工，不过你可以是最快、最可靠和最友好的。如果



你没有什么可以引以为豪的，那你就有麻烦了。

成为市场的一部分 不要认为市场离你很远，你应该融入其中。如果你不能每天使用自己的产品，你就没有顾客了解的信息多。即便它并不是你每天使用的产品，你也要时刻把它放在心中，对其进行检测，并经常更新和完善它的性能。

永远不要赶走“只是看看”的人们 别人“只是看看”是因为你在购买之前也是这样做的，看得越多，就越有利于你做出购买的决定。当人们搜索与你的产品或服务相关的信息时，他们实际上也是在满足自身对信息的需求——这对他们来说是有实际意义的。如果你能在他们“只是看看”的时候为其提供帮助，当他们决定购买时，你就能更及时地为他们提供服务。

要大胆推销，不过只需要向那些有购买意愿的人推销 推销是一个持续的过程，直到最终成交。营销要求你找到有购买意向的人们，并为他们提供帮助。在少数情况下，这种帮助比产品本身更加重要。

不要让技术产生距离 技术是最核心的——如果顾客已经在使用它，那么你也可以使用它。但是也不要忽视面对面的接触和电话联系，以及偶尔手写的感谢信的作用。

向人们提供投诉的平台 如果人们不喜欢你或你的服务，他们会怎么做呢？他们很有可能会告诉其他人。所以，你需要倾听他们的投诉，并积极回应。

如果你想让人们喜欢你，你就应该喜欢他们 如果人们喜欢你，他们会怎么做呢？很有可能什么也不做。你只需要尽情介绍你的产品，并为你的顾客创建表达他们快乐心情的平台。你甚至可以谈论你的工作中存在的一些问题，以及在解决这些问题的过程中得到的乐趣。

看到你的产品的优点，同时要承认它的缺点 它似乎更像性格培养训练。如果你足够坦诚的话，就应该告诉你的顾客哪些方面是你不能做到的。这样就节省了双方的时间。

你不要假装知道人们需要什么 你需要及时询问他们需要什么，然后满足他们的需求。

你需要擅长营销，但不必擅长各个方面 不要被大企业所说的“营销”所误导。寻找和关照顾客是你应该做的，因为你是小企业，你必须这样做。如果有你

Virtually Free Marketing

不能做的事（如生产产品），可以将其外包出去。

保持联系比广告更加重要 联系能够使你获得支持，促进你的发展，还能帮你争取顾客。实际上，这两者往往是相同的。真正热情的顾客对于你的企业来说是无价的——把他们看做你的伙伴。同样，你要珍惜真正关心你的企业的同事：在你的电脑瘫痪时帮助你的人，为你设计广告的人，每月为你整理账目的人，为你开车送货的人——他们都是你的资产。你应该让他们的努力得到回报。

你的成功可能会导致你所在行业的衰亡 如果你只是想比其他公司做得好一点，你就不会取得太大的成功。如果你采取了不同的做法，或比别人强十倍的话，你却有可能失业。你准备好了吗？

假设你是一名水管工，发明了一种能够立即阻止水管中水流和设备。这真是一个好主意。如果你真的成功了，管道清理工作可能就没有市场了。这会导致什么结果——你会发财吗？

现在假设其他人发明了该设备，并开始对其进行营销。你将怎么做？一直坚持下去，直到你的工作失去市场？不，你应该拿起电话，订购此设备，并把它销售（或赠送）给你最忠实的顾客，因为他们需要也值得拥有它。你改善了他们的生活，并使自己成为关心顾客，推荐革新性设备的人。

你不可能让所有的人满意（因此不要做这样的尝试） 你要确保自己取悦了能够取悦的所有人。不要忘记，你最终要让人们自愿拿出钱来消费，并让人们完全相信这样做是正确的。要善待他们，因为你所做的每件事都会影响他们对公平和公正的理解，关系到他们的幸福和财富。

逆流而上会让你感到疲惫：尝试冲浪 不要期待利用一年时间把一切搞定或步入正轨。当你发现需求没有得到满足的顾客时，你就好比发现了金矿，即便你必须付出很大努力才知道你能为他们做些什么。当你真正满足了他们的需求时，他们就会成为你的顾客，此时你就可以选择是继续跟进还是让他们离开。



现有的有利因素

可以这样说，小企业的生存往往取决于一些重要人物的奉献和时间，你应该利用本书提到的网站和技术来实现这一点。