



陈亮年轻人营销

错过互联网
你错过的不是一次机会
你错过的是一个时代

传统营销与网络营销的有效结合
传统营销渠道模式的推倒与重建



· 陈亮 著 ·



营销

开启企业网络营销成功之门



电子工业出版社
PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY
<http://www.phei.com.cn>

E

· 陈亮 著 ·

营销

开启企业网络营销成功之门

电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京·BEIJING

内 容 简 介

电子商务已经成为当今商业最热门的商业模式之一,现在网络营销也成为最火热的话题。本书将理论与实践相结合、循序渐进地介绍网络营销的整个过程。本书从网络营销理论、建设信息平台、搜索引擎营销、平台推广与宣传、网络营销运营与管理、网络营销效果评估及网络营销技术人才要求等7个方面进行了系统的讲解。为了方便读者学习与落地操作,本书在几个核心章节都设置了一份落地作业,具体介绍了在做网络营销的过程中应该考虑哪些因素。

本书旨在为企业管理人士和电子商务营销人士提供营销思维,从营销的角度来阐述企业如何进行网络营销,如何借力网络营销,如何在网络营销时代把企业的商业模式、营销模式结合起来,如何更快地让企业赢利、赚钱。

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。
版权所有,侵权必究。

图书在版编目(CIP)数据

E 营销:开启企业网络营销成功之门 / 陈亮著. —北京:电子工业出版社, 2011.9
ISBN 978-7-121-14268-0

I. ①E… II. ①陈… III. ①网络营销 IV. ①F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 156180 号

责任编辑:付 睿

印 刷:

装 订:北京中新伟业印刷有限公司

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:787×980 1/16 印张:14.75 字数:240 千字 彩插:2

印 次:2011 年 9 月第 1 次印刷

印 数:5 000 册 定价:49.00 元(含 DVD 光盘 1 张)

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 zltz@phei.com.cn, 盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

服务热线:(010) 88258888。

前言

你是否曾想过，你足不出户，任何你需要的产品都可以直接在网上购买得到？

你是否曾想过，你足不出户，你需要的服务资讯都可以从网上获得？

你是否曾想过，你足不出户，你认为好或者不好的评价通过网络传播出去？

你是否曾想过，你足不出户，却使你的产品每年都能销售几千万元甚至上亿元？

是的，这些在 10 年前连想都没想到的情况，如今在互联网的商业时代里成为了现实，2010 年全国电子商务销售市场销售额高达 4,980 亿元。在互联网的商业帝国里，有京东商城、凡客诚品、卓越亚马逊等这样的霸主，也有羊皮堂、小熊电器等这样年销售过亿元的淘品牌，但更多的是由一批 70、80 和 90 后的年轻人，怀着创业梦想而建立起来的“殷实”小店。如果你是因传统渠道越来越难经营而苦恼的企业家，如果你是受困与资金不足的创业者，那就请你认真阅读这本书。

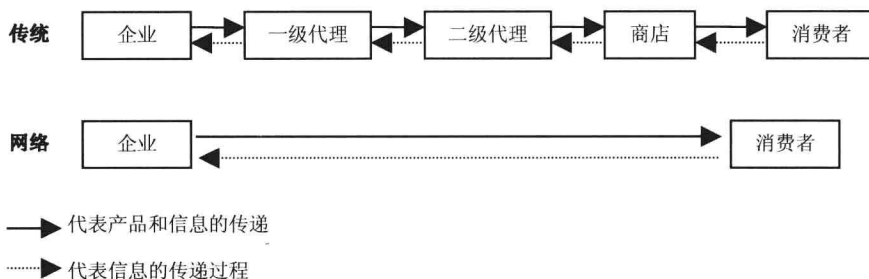
企业经营的思考

产品的营销包括两个部分，除了商品从企业到消费者手中的过程，还包括产品信息从企业到消费者心中的过程，作为企业品牌的经营者很清楚地认识到，这两个过程很显然越短，其营销越有效，企业的总成本也就越低。与传统渠道

E 营销

——开启企业网络营销成功之门

营销相比，互联网完全实现了这一优势。我们从下面这个图可以看出，如果是传统渠道，产品从企业到消费者手中要经过多级代理商、分销商、渠道商，那么产品的价格也会因为每一个环节而有所上涨，企业所传递的信息也会在每个环节有所消弱，同理从消费者消费过程中所反馈回来的信息经过一层层反馈到企业家手中的时候，其信息的真实性和及时性都大打折扣；这种“困境”因为互联网的出现而得到了很好的解决，通过互联网，企业“跨越”各级经销商，直接与消费者进行产品和信息的传递，使整个过程变得更短，反馈也更及时，并且成功地“消灭”了多个中间环节，节省了大量的人力、物力、财力，极大地降低了整个企业的营销运营成本。可以说，网络为各大行业提供了一个低成本的扩张机会。



对于大企业来说，因为其财力资金雄厚，可以出色地完成从市场调研出发，找到市场机会，制定营销策略，开始研究商业模式，再到渠道建设，产品形象传播的表现等一系列完整的营销体系工作，但因为这些项目需要花费巨额的传播费用来支持其营销运动，却是众多发展中企业无法承受的。而对发展相对资源不足的成长中企业，更需要的是如何借力营销，如何突围模式，如何让客户重复购买，如何能超低成本传播，如何克服企业管理的众多不足。我结合 17 年为 1,000 多家企业品牌服务的经验，总结了企业营销最好实现的几个方向。

- 一次性投入。
- 自动传播。
- 超低成本启动营销市场。
- 企业能跟消费者、员工、渠道经销商快速互动和直接沟通反馈。



- 最好在一个营销周期内立刻产生销售。

开启新商业时代

经历了 2009 年电子商务的萌发, 2010 年电子商务各巨头“圈地为王”之后, 在 2011 年, 电子商务开始变得异常火爆, 越来越多的企业家、创业者、互联网公司纷纷涉足电子商务, 中国的电子商务开始进入急速爆发的一年, 中国企业营销开始进入“湿营销”时代。

不管你相不相信, 不管你愿不愿意, 电子商务开始成为人们生活中的一部分, 甚至已经成为很多人的一种生活方式, 事实已经告诉我们, 我们已经进入了互联网营销时代, 新的营销时代已经开启。对于每个企业来说, 在未来要么电子商务, 要么无商可务, 这已是一个不争的事实。

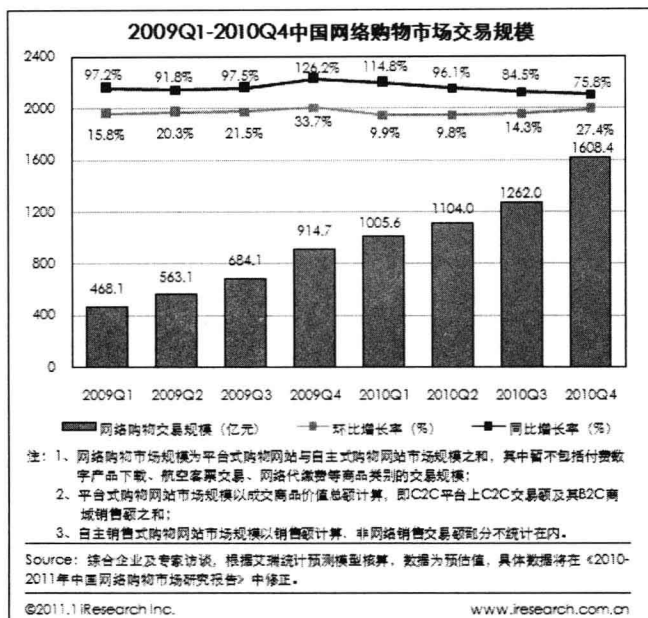
为了验证上面的事实, 验证网上消费已经变得越来越成熟了, 我将通过一系列的数据来证明。

第一, 百度的报告“在 2002 年前, 用户的搜索行为与购物的相关度不到 5%, 可到 2007 年的时候, 有超过 50% 的搜索行为与购物选择有关。”换句话说, 在 2002 年, 网民的商务行为还是为了搜索咨询和信息, 到 2007 年之后, 互联网的商业应用价值开始突显出来, 互联网已经不再仅仅是开放的信息平台, 更成为一种新的生活方式, 一个新的商业模式。

第二, 据艾瑞咨询的统计数据显示, 2010 年第四季度中国网络购物市场交易规模为 1608.4 亿元, 较上季度增长近 350 亿元, 环比增长达 27.4%, 而 2010 年全年网络购物市场交易规模为 4980 亿元, 同比增长 89.4%, 占社会消费品零售总额的 3.2%。虽然这两个数据都与 2009 年同期相比有了显著的提高, 但与法国、英国等欧洲发达国家网络购物占整个社会消费品零售总额的 25%, 美国网络购物占整个社会消费品零售额的 1/3 等成熟的电子商务市场相比, 还相差甚远, 这也意味着中国的电子商务市场还有很大的发展空间, 而目前中国网络市场的高速发展正好证明了这一点。

E 营销

——开启企业网络营销成功之门



我从2010年年底开始开办“网络营销总裁班”，每个月开办一次，到现在已经举办十多期，每一期都有无数企业家跟我分享他们在传统渠道营销中的困境，以及他们对电子商务的期待。我相信，随着电子商务的逐渐成熟与发展，将会有更多的企业进入电子商务，电子商务势将成为绝大多数企业营销的主流趋势，中国的互联网新时代即将来临。

📖 本书内容设置

本书以实战操作为主，附带一定的理论知识，本书共分7章，分别介绍如下。

第1章：网络营销理论。本章重点介绍了网络营销的定义，网络营销的发展历程，网络营销的智能及网络营销的重要性等。

第2章：建设信息平台。本章主要介绍了网站的重要性、网站的分类、建站的前提和步骤，以及在网站建设过程中应注意的因素等。



第3章：搜索引擎营销。搜索引擎营销是整个网络营销最为核心关键的部分，本书用了很大的篇幅来介绍搜索引擎营销，本章主要介绍了搜索引擎营销定义、价值和形式，以及搜索引擎营销的具体操作方法和细节。

第4章：平台推广与宣传。本章系统地介绍了博客营销、竞价排名、电子邮件等多种网络营销推广手段。

第5章：网络营销运营和管理。本章从营销的角度介绍在网站运营过程中需要关注哪些问题，重点介绍了网络运营本质、网络营销方法、网络营销投入及网络营销成功的因素等内容。

第6章：网络营销效果评估。网络营销效果评估是网络运营人员每天都必须关注的一个环节，本章主要介绍了网络营销效果评估的工具、网络营销效果评估操作分析、网络营销效果评估参考因素等内容。

第7章：网络营销技术人才要求。本章介绍了一个完整的网络营销团队需要哪些网络人才，以及相关网络人才需要掌握的技能。

致谢

我知道，一本作品的面世，会有很多人喜欢，也会有一些不足，但一定包含了很多人的心血和积累，作品是我和我的团队在积累和摸索中一起完成的，我只不过是在操刀无数次营销案例时显得比较勇敢的那个失败者。

同时借这个机会特别感谢我的妻子彭芬，她一直无条件也支持着我在营销事业追求上的理想、梦想、疯狂。

还要感谢我的很多同事、曾经的同事、合作伙伴、支持的朋友、亲人、客户等：彭城，余先国，蔡冰晶，邹志威，丁顶，孙耀详，肖欧文，唐小专，田琴，伍志真，余先军，邹家发，林志光，张宏宇，陈波，熊坤，刘高志，钟全广，李晓明，杨世银，王玉坤，王涛，文剑梅，李明，林勇，肖欧文，谭嘉琪，颜瑞芳，特别是刘徽，不少文字折磨着他；成都公司团队肖峰，北京团队汪才

华，培训团队陈章博，陈贤高，许天创，谭伟健，唐尚军，时春燕，徐雄峻，陈永红老师，庞军老师等伙伴，以及本书的编辑团队。

需要感谢的人实在太多了，请原谅我无法一一为大家写上名字。

严格意义上讲，本书不是一本文字书籍，而是一本操作落地的工具模型，目前市场上网络营销类的书也非常多，本书不想试图告诉你网络有多好，而是想告诉你和你的企业进行网络营销可以这样做，重点章节后都有一个资料表格，也就是作业，我希望你们能认真填写一次，肯定会有巨大的收获。读者还可以登录 www.kuamei.com.cn 获得更多营销思想、方法和观点，如果你跟我们主动联系 400-6060-830，我会送你一份非常珍贵的礼物，是什么，先卖个关子！

还有一个必须得提醒的是，我最希望听到的是读者对这本书的评价，无论是赞美还是批评，我都乐意接受，你可以打电话给我们，也可以在我们的网站上留言，还可以搜索：

“陈亮营销咨询团队” 获得更多关于我们对你有帮助的信息，再次致谢！

最后，我最希望这本书能够给企业决策者和营销人士提供有益的帮助，或者找我们深度咨询策划合作，为你的企业创造出更好的绩效。

我将我的宝藏藏在这本书的书页里，期待着每位读者打开书的时候，开启网络营销之门，也可以打开我为你们准备的期待、梦想和欢笑！

陈 亮

2011 年 6 月 30 于中国 广州

作者简介

中国新一代营销策划咨询界实战专家——陈亮

【研究领域】

陈亮先生及其所带领的陈亮年轻人营销团队，是中国第一家 80、90 年轻人营销与品牌年轻化改造的专业营销企划队伍，使传统营销与网络营销充分结合，并开创了效果付费商业模式。



公司致力于年轻人消费营销与传播研究，主要向目标消费群为 80、90 年轻群体的企业提供营销咨询服务，并致力与推动企业品牌进行年轻化改造升级，致力于打造本土年轻人消费伟大企业品牌，为品牌提供**市场调研、消费洞察、品牌定位、商业模式、形象设计、产品优化、品牌策略、营销传播资源、影视拍摄、传播资源、网络营销模式打造**等核心服务。

【服务品牌】

累计为如民族饮料翘首健力宝年轻运动饮料、年轻人群的旅游王国广州长隆旅游王国、时尚休闲小食品领导者无穷鸡翅小食品、年轻保健食品完美日化集团、白领经济轿车比亚迪汽车、前卫包装年轻一代的银子弹啤酒、青少年教育产业诺亚舟学习机、健康饮料华生堂苹果醋、时尚调味品鸡汁领导者嘉豪股份等 30 多个行业 100 多家企业提供营销策划咨询服务。

E 营销

——开启企业网络营销成功之门

【出版书籍】

出版有《智略：广告媒介投放实施方法》、《如何进行媒体传播》、《营销底牌：营销企划案例全解析》、《创品牌：品牌营销的 16 个关键点》、《人者为王》等书籍，受企业、大学、品牌论坛邀请，交流演讲 100 多场，致力于为中国企业品牌寻找更好的成功方法。

【擅长品牌企划领域】

- 企业品牌针对年轻人细分营销策划咨询
- 传统企业品牌面对老化问题的年轻化升级咨询
- 企业结合网络营销与传播打造网络商业模式

【联系方式】

公司网址：www.51kuamei.com

E - mail: gd6288@163.com

电 话： 400-6060-830

诚意推荐

陈亮先生从事营销行业工作 17 年，带领团队为 30 多个行业几百家企业从事营销咨询服务工作，以“有效的营销、专业队伍、效果付费商业模式”帮助企业实现品牌和利润的快速增长，其中不乏有从小作坊企业成长为实力强大的全国性综合企业的案例，许多学员和客户在陈亮年轻人营销团队的协助下，取得了惊人的业绩……



陈亮年轻人营销咨询团队能深度理解和消化企业阶段性需求，用实事求是的态度来解决问题，这是智业的良好品德。西堤岛咖啡从零开始发展到现在全国 100 多家连锁店，品牌资产价值 6 亿元，一直有他的支持和配合，后来也邀请陈亮成为我们集团的股东，我们一直合作下去！

——西堤岛咖啡集团总裁 汪才华

人们对 80 后的评价好像负面的多一些，什么“垮掉的一代”、“最叛逆的一代”……但我从陈亮的身上却更相信另一种观点，即任何时代都会有那么一些人，通过他们对自身发展的不懈努力，让世人对他们所代言的时代充满无限憧憬！

——中国十大策划人，张晓岚营销策划中心董事长 张晓岚



E 营销

——开启企业网络营销成功之门



想起当年可怕的顺德人的说法，而在陈亮身上，这份坚持的学习力更是一种可怕的力量。所以，我一直说，陈亮是谁？是可怕的陈亮。

——格力电器产品营销顾问 鼎健策划公司

董事长 张鼎健

陈亮年轻人营销咨询机构是值得推崇的知名营销咨询公司，作为本土的营销推广机构，重要的是在社会不同阶段，把握不同的关键，配合企业整合内外资源，进而实现高效的营销目的，陈亮从传统的媒介销售提升到为企业营销战略思考，在广东电视媒介圈，属于领先者。



——广东电视台广告主任 张志斌



我是陈总的学生，我第一次接触陈总的演讲就被他的励志精神所感染，我觉得他是影响我和很多年轻人一生的人。

——80后专业设计顾问 钟全广

健琪饮料是针对年轻人市场的饮品，在选择营销公司合作上，陈亮年轻人营销机构与我们合作了五年，从当初的基础，到现在的战略联盟，联系越来越紧密。

——前王老吉营销总经理/健琪饮品总经理 张淳



陈亮年轻人营销机构专注于研究年轻人的生活形态、新的传播模式、新的营销商业形态，这样的研究心态和分享精神值得学习。我们希望和陈总团队来一起探索市场机会，共同合作发展。

——中石油广东副总裁 罗伟政

陈亮和他的团队是我们营销发展上的合作伙伴。我们今年年营业额已到 6 亿的市场规模，希望能合作出更好的成绩。

——中国行业领军品牌 无穷盐焗鸡食品董事长 郭伟钦

陈亮同志从广告业务到大学课程上都是企业家的客座教授。陈亮的故事书写着传奇，相信这本书也能改变我们身边每个追求成功的人。

——9098.com 商机网总经理 李晓明

本书最后附《网络营销实战》咨询班市场初级诊断资料，回答了其中的问题，您将有更多的收获……

目录

第 1 章 网络营销理论 1

1.1 什么是网络营销.....	2
1.2 网络营销的发展历程.....	3
1.3 网络营销的核心标准.....	5
1.4 网络营销的职能.....	6
1.5 网络营销的分类.....	8
1.6 网络营销的重要性.....	14
1.7 如何进行网络营销.....	20
附作业一：网络市场调查.....	22

第 2 章 建设信息平台 25

2.1 网站及网站的重要性.....	26
2.2 网站的类型.....	26
2.3 网络营销赚钱的几种模式.....	31
2.4 营销型企业网站系统.....	33

2.5 企业建设网站的 4 大前提和 10 个步骤	38
2.6 营销型网站内容设置	42
2.7 关键词的选择和设置	43
2.8 提供用户体验	47
2.9 构建用户黏性内容	51
2.10 结合用户行为	53
2.11 品牌为目的, 优化为手段	57
附作业二: 网站建设、改善与优化	60

第 3 章 搜索引擎营销

64

3.1 搜索引擎定义	65
3.2 搜索引擎的工作原理	66
3.3 主要搜索引擎介绍	68
3.4 搜索引擎营销的定义	71
3.5 搜索引擎营销的价值	72
3.6 搜索引擎营销的形式	73
3.7 域名的选择	77
3.8 空间策略	81
3.9 网站结构规划	83
3.10 站点导航设计	84
3.11 URL 设计	85
3.12 面向搜索引擎的文案写作	87
3.13 用户友好性	92
3.14 关键词	93



3.15 内容为王	98
3.16 链接为后	99

第 4 章 平台推广与宣传 102

4.1 软文营销	103
4.2 博客营销	103
4.3 竞价排名全攻略	106
4.4 病毒营销	107
4.5 电子邮件营销	109
4.6 资源合作营销	111
4.7 线下营销	112
4.8 其他网络营销	113
附作业三：网络推广	115

第 5 章 网络营销运营和管理 118

5.1 网络运营的本质	119
5.2 网络运营的 4 个关键	119
5.3 网站运营成功的 6 个核心因素	121
5.4 网络营销中最常忽略的几个细节	136
5.5 企业网络营销到底需要投入多少	138
5.6 企业网络营销的诉求	139
5.7 认清网络营销环境	141
5.8 企业网络营销方法大比拼	143
5.9 企业网站相关流量	148