

FrontPage 2002电子商务核心技术

(美) 霍德恩 (Holden, G.) 著

技桥工作室 译

科学出版社

2002

内 容 简 介

FrontPage的新版本可以是一个单行版本,也可以与Microsoft Office XP集成,它可为用户提供大量的先进的网页程序。实际上,FrontPage本质上并不是网页编辑器。尽管使用FrontPage制作个人网页有很好的效果,但是这好像是在用火箭炮打一只苍蝇,大材小用。FrontPage有强大的电子商务网站创建的解决方案,例如带有购物车的交互式目录、使用报告和数据库连接。另外,它提供了与Microsoft的bCentral商务宿主站点的非常重要的连接。

本书通过使用FrontPage实现电子商务站点和电子交易过程的实例介绍,帮助读者尽快掌握FrontPage的核心技术。内容涉及网络所需了解的知识、解决电子商务全面实现的方案和在线销售的策略等。

本书适合作为构建电子商务网站用户的参考书。

图书在版编目(CIP)数据

FrontPage 2002 电子商务核心技术/(美)霍德恩(Holden,G.)著;
技桥工作室译.—北京:科学出版社,2002

ISBN 7-03-00-010168-5

I.F... II.①霍...②技... III.主页制作-应用软件, FrontPage
IV.TP393.092

中国版本图书馆CIP数据核字(2002)第008196号

科学出版社 出版

北京东黄城根北街16号

邮政编码:100717

<http://www.sciencep.com>

新蕾印刷厂 印刷

科学出版社发行 各地新华书店经销

*

2002年3月第一版 开本:787×1092 1/16

2002年3月第一次印刷 印张:12 3/4

印数:1—4 000 字数:298 000

定价:28.00元

(如有印装质量问题,我社负责调换〈路通〉)

前 言

如果您是小型企业并且想向网络扩展，那么本书很适合。如果您已对现在的网络世界有了一定的认识并且有了一个电子邮件账户，并要使用FrontPage进行B2C式的电子商务，您很可能在下面的描述中找到自己的位置。

- 现有FrontPage用户，他们想建立用于家庭商业或小商业的电子商务网站。
- 有经验的小型企业，他们对互联网完全陌生并且需要一体化的Web设计和电子商务解决方案。
- 技术新手，他们需要一个界面友好的、强大的应用程序来设计和管理多功能网站。

尽管本书是为构建电子商务网站的用户编写的，但焦点实际上是集中在顾客身上。如果没有满足顾客的需求，那么创建网站是没有任何好处的。这种以顾客为中心的方法有助于您在使用FrontPage开发网站时，能始终认识到顾客的需求。

本书将引导您从建立电子商务网站的基础阶段步入高级阶段。起始的最重要一步是确定顾客群，然后组织网站、设置交互式目录，并接受在线付费，同时推销和改进您的站点。本书的内容结构如下：

第 1 部分：初涉网络

本书的第1部分是电子商务和电子交易的简介，其中解释了在线交易的各种不同方式，还介绍了一个成功的电子商务站点的基本组成部分。在第2章中，您将通过创建不同类型购物者的人物角色，学会如何确定您期望的在线顾客。

第3章介绍了电子商务安全性问题。第4章和第5章概要地介绍了家庭办公室或小商户建立电子商务网站所必需的各种硬件和软件。

第 2 部分：全面实现

本书的第2部分解决了电子商务中最关键的问题。第6章讨论电子商务站点所特有的Web设计问题，强调了对站点的外包装和如何吸引并留住访问者。第7章研究了使站点更易于使用的方法，以及什么样的组织结构能帮助顾客很快找到所需商品并且购买它。第8章介绍了如何使用Microsoft FrontPage的bCentral Commerce Manager Addin来创建销售目录。第9章介绍了接受信用卡和其他在线付款的方式。第10章强调了联系顾客的重要性和售后服务的重要性。在第11章中，您将了解到测试站点的重要性，这是站点在投入使用之前正常运行的保证。

第 3 部分：在线销售

本书的第3部分将介绍站点投入使用后的维护和改进经营的一些活动。第12章讨论了吸引顾客的营销手段和广告策略。第13章介绍了如何收集顾客的信息并进行调查，使电子交易更加成功。第14和15章介绍了如何提供有效的客户服务并建立特定的团体，使

那些偶尔来闲转的人转变成购买者，更重要的是转变成回头客。

第16章到第18章探讨了如何使站点随商业的增长而不断更新和增加功能。您将学到一些技巧，使站点内容保持最新、性能更佳。您还会发现这些软件解决方案能使一个小型的家庭商业或其他商业发展成繁荣的大型商业。本书最后有一个词汇表，包含着全书词汇的定义。它不仅是一个非常方便的参考，同时对解决建立电子商务网站的技术问题很有帮助。

最新版本的FrontPage在早期版本的基础上大大加强了创建商务网站和个人网站的功能。这些特性包括一个图库（Photo Gallery）和能让您掌握站点使用情况的使用率分析报表（Usage Analysis Reports），这些特性通过Microsoft FrontPage的bCentral Commerce Manager Add-in¹与Microsoft的bCentral网站集成在一起。

该加载项能够使您快速创建带有购物车和【购买】按钮的目录清单，而后通过在线市场卖出产品。如果雇人来做的话，这种目录结构和数据库的集成要花掉几千美元。

像任何一个好的网站一样，bCentral不断地进行改进和发展，使其内容更易于查找和使用。在本书的写作过程中，bCentral的结构已经发生变化。本书中的一些链接和标题与当前网上的内容不完全相同，但基本的电子商务目录和销售特性是相同的。

编 者

目 录

第 1 章 企业上网	1
1.1 让网站做些什么	2
1.1.1 为什么要进行在线销售	3
1.1.2 销售什么商品	5
1.1.3 联系顾客的方式	6
1.1.4 让顾客完善网站的内容	8
1.2 两个成功的在线企业使用 FrontPage 的方式	11
1.2.1 在新道路上奋斗	11
1.2.2 探索新的健康和精神水平	12
第 2 章 开始了解您的在线顾客	14
2.1 理解那些浮躁的、匆忙的、多疑的在线购物者	14
2.2 谁是您的在线竞争者	15
2.3 顾客需要什么	16
2.3.1 “使我感到自己受欢迎”	17
2.3.2 “使购物变得简单”	17
2.3.3 “让我觉得在这里购物是安全的”	18
2.3.4 “给我一个从您这里购买的理由”	18
2.3.5 回顾您所学到的内容	18
2.4 创建顾客配置文件	20
2.5 如何满足顾客的需要	20
2.5.1 使顾客感到受欢迎	21
2.5.2 用简单的方式购买	23
2.5.3 多一些交流意味着更多的收获	23
第 3 章 保证顾客信息的隐私权	25
3.1 减轻电子商务的风险	25
3.2 使用隐私权保护政策使顾客放心	28
3.2.1 撰写隐私权声明	29
3.2.2 鼓励顾客共享信息	29
3.3 了解作为信用卡商家的职责	30
3.3.1 了解可能发生的故障以防麻烦	30
3.3.2 制定信用卡支付的最佳实践方式	31
3.4 保证目录的安全	32
第 4 章 进行在线交易所需的准备工作	34
4.1 站点规划清单	34

4.2	建立基础结构	35
4.2.1	获得一个好域名	36
4.2.2	为网站寻找一个托管主机	37
4.3	将办公室连接到因特网上	42
第 5 章	建立电子商务工具箱	45
5.1	用 FrontPage 包装网页	45
5.2	收集网站开发工具	46
5.2.1	选择合适的计算机	46
5.2.2	图形的制作和管理	47
5.2.3	访问自己的网站	49
5.2.4	使用 IE 以外的浏览器	49
5.2.5	用邮件和新闻与顾客保持联系	50
第 6 章	在线商店的规划	52
6.1	站点结构的设计	52
6.1.1	逻辑页流程图的创建	53
6.1.2	站点地图的绘制	55
6.1.3	快速开始 Web 的创建: 向导、模板和主题	58
6.1.4	利用公司展示向导创建核心网页	59
6.1.5	定制企业站点	62
6.2	FrontPage 的其他设计工具	68
6.2.1	选择调色板	68
6.2.2	用共享边界获得一致效果	70
6.2.3	用【图片】工具栏修改图片	71
6.2.4	学习更多的 Web 设计知识	72
第 7 章	添加搜索与导航链接	73
7.1	调整站点结构	73
7.1.1	查看导航链接	73
7.1.2	添加和删除页面	77
7.2	使站点支持在线支付	80
7.2.1	提供快速购买通道	81
7.2.2	避免干扰物和死胡同	81
7.3	添加搜索功能	82
7.3.1	如何实现 FrontPage 的搜索功能	83
7.3.2	向任意页面添加搜索表单	83
7.3.3	定制搜索结果	84
7.4	添加站点地图	85
第 8 章	使用在线目录使 Web 销售简便而高效	87
8.1	设计有效的在线商品目录	88
8.2	使用 Microsoft bCentral 的 Commerce Manager 创建目录	89

8.2.1 选择销售渠道	92
8.2.2 组织构建网站所需要的全部要素	94
8.2.3 安装 Commerce Manager Add-in	94
8.2.4 使用 E-commerce Wizard 创建商品目录	95
8.2.5 添加或更改目录	104
第 9 章 接受在线付款	105
第 10 章 销售管理和顾客联系	110
10.1 响应所得订单	110
10.1.1 设置电子邮件通知	110
10.1.2 处理所得订单	112
10.1.3 处理退货	116
10.2 销售税的计算	117
10.3 增加运费	117
第 11 章 网站开放前的测试	120
11.1 对站点进行测试运行	120
11.1.1 何时测试站点	121
11.1.2 借助 FrontPage 进行站点测试	122
11.2 在多种浏览器上测试	124
11.2.1 用最常用的浏览器进行测试	125
11.2.2 应测试多长时间	127
第 12 章 抓住顾客的消费心理	128
12.1 寻找好的公司	128
12.2 在网络高速公路上放置广告牌	129
12.2.1 将站点加入搜索引擎	129
12.2.2 交换横幅广告	132
12.2.3 与其他站点交换链接	134
12.2.4 吸纳自己的会员	135
12.3 通过电子邮件直接与顾客联系	135
第 13 章 跟踪顾客	137
13.1 查看网站日志	138
13.2 加入单击计数器	139
13.3 使用使用率报表	141
13.4 查看十大热门访问内容列表	142
第 14 章 力求让顾客满意	145
14.1 添加客户支持页面	145
14.1.1 创建客户支持区	145
14.1.2 定制客户支持页	146
14.2 向站点添加 bCentral 的 Customer Manager	150
第 15 章 创建顾客社区	153

15.1	顾客需要社区论坛吗.....	153
15.1.1	您能从社区论坛中得到什么.....	155
15.1.2	组织社区论坛.....	155
15.2	创建一个讨论区或技术支持论坛.....	156
15.2.1	使您的论坛获得成功.....	157
15.2.2	发布文件.....	159
15.2.3	添加讨论区.....	159
15.2.4	管理讨论组.....	161
15.2.5	创建邮件发送列表.....	162
15.2.6	建立聊天区.....	164
第 16 章	持续更新站点内容.....	166
16.1	定期调整网站内容.....	166
16.1.1	安排维护时间表.....	167
16.1.2	更新链接.....	168
16.1.3	倾听顾客的意见.....	168
16.1.4	每日更新一个条目.....	170
16.2	借用第三方的内容.....	171
16.2.1	自动添加站点内容.....	172
16.2.2	链接到在线新闻服务.....	172
第 17 章	管理网站的流量、中断和性能.....	174
17.1	为什么要监视网站.....	174
17.2	监视网站的性能.....	174
17.2.1	安装网站监视软件.....	175
17.2.2	租用监视服务.....	175
17.3	处理网站中断故障.....	176
17.3.1	与主机通信.....	176
17.3.2	深入研究主机配置选项.....	177
17.3.3	怎样转移站点.....	177
第 18 章	为电子商务网站添加新特性.....	179
18.1	重新设计站点的时机.....	179
18.1.1	被成功淹没.....	179
18.1.2	网站“整修”.....	180
18.2	企业功能的增强.....	180
18.2.1	加入商业团体.....	181
18.2.2	成为 bCentral 商业用户.....	181
18.3	使用数据库清查存货.....	182
18.3.1	为网页添加电子表格.....	182
18.3.2	在网站发布 Excel 文件.....	183
18.4	使用 Access 数据库.....	186

18.5 使用第三方资源	187
词汇表.....	189

第 1 章 企业上网

电子商务处处存在着选择。顾客可能会选择访问您的网站，每次鼠标单击都表示想要深入了解您。他们是否会做出您所希望的最终决定(即购买商品)，在很大程度上取决于您所做的选择。如果您是在线商家，那么在第一次开始进行电子商务时所做的决定将会确定是否能够得到想与之做生意的顾客。

您可能已经具备一定的商业经验，也可能找到了一种方法来扩大现有的销售，或将规模扩展到新的商业领域中。由经验得知，创造商业的“饼干切片机”(cookie-cutter)方法并不起作用。如果您想全身心地从事风险事业，并且保持自己的特色，那么需要这样一种工具：它在让您自由地发挥创造力的同时，能够简化创建网站的技术工作，并且能够按照您所希望的方式表现内容。

也许您计算机水平很高，但在商界却是个新手。您可能已经浏览 Web 很长时间了，对因特网及相关技术相当熟悉，并且对某个特殊领域的专业技能具有浓厚的兴趣，想推销自己所开发的产品和服务来共享您的知识。您很熟悉技术和因特网，虽然以前从未创建过商业网站，但即将运用所拥有的工具开始第一次商业尝试。换言之，您是一个“懂商业的技术专家”。

顺便说一句，“懂技术的商人”和“懂商业的技术专家”这两种说法都出自 Alan Cooper 所著的 *The Inmate sare Runnning the Asylum*(Indianapolis: Sams, 1999)一书的序言。

现在，了解网络的顾客对在线购物非常有经验。他们不但要求设计精美的内容，还要求这些内容能够在他们的 Web 浏览器中快速显示并导航。任何一种影响功能的因素，Microsoft FrontPage 2002 都会提供软件解决方案(这种解决方案能简化电子商务站点的开发和过程)并给您带来优势。您已经向成功的电子商务迈出了重要的一步：选择 Microsoft FrontPage 2002 来创建具有专业品质的商业网站。

FrontPage 为您创建网站提供了大量选择。您可以只使用 FrontPage，也可以同时使用 FrontPage 的一套附属资源——Microsoft Office XP 和 Microsoft bCentral Web 托管站点，它们给出的电子商务解决方案比任何其他网页编辑器的范围都要广泛。因为 FrontPage 是 Office XP 软件套装的一部分，所以可以使用 Microsoft Word 和 Microsoft Excel 创建商品目录或者其他销售信息，然后在 FrontPage 中打开并编辑文件以便在 Web 上使用。FrontPage 可与 Microsoft 的 bCentral(一个为了帮助小企业在网络上取得成功而设计的站点)无缝结合。可以从 bCentral 站点上下载 FrontPage 的新电子商务加载项，它能够让您创建与数据库连接的销售目录，而这通常是经验丰富的网站管理员才能掌握的技术性很高的操作。

到现在，您可能渴望把一个充满链接页面的网站变成很协调的电子商务网站。不过首先要花一些时间回顾一下并对下一步目标和策略有一个总体认识，这些目标和策略对取得电子商务的成就非常关键。FrontPage 使得建立一个基本电子商务站点的机制简单化，困难的是决定想要做什么。这就意味着关注目标市场，并提出像本章稍后部分和全书中所描述的有效商业规划。



Microsoft
bCentral

提示

在本书中，我们会经常提到与 Microsoft FrontPage 配套的在线资源。Microsoft bCentral (www.bCentral.com)提供了一套集成的服务来帮助您创建、宣传和推销网站。它是为了帮助成长的企业找到高效完成电子商务所需的资源而设计的。在后面几章中，会学到有关 bCentral 以及怎样在 FrontPage 中使用 bCentral 的更多知识。

1.1 让网站做些什么

就在几年前，电子商务还是一个简单的概念。如果那时让我定义电子商务，我就会说，“电子商务就是在因特网上进行交易的过程，通常是在要销售产品或服务的网站和想要购买产品或服务的个人或企业之间进行”。不过，这仅是使用 FrontPage 可以做的事情的一部分而已。还可以创建一个站点作为在线资源，并吸引足够多的访问者使其他企业付给您广告费，并且可以与其他企业互补所缺。

您可能已经对当前的企业在做什么或希望它在 Web 上做什么有了十分清晰的认识。但是，即使已经有了自己的企业，要想取得成功，您的在线运作也需要一些独特的特征和品质。您可以在第 4 章中找到一张完整的清单。

不要没有预先设定目标就进入电子商务领域。要确切知道想做什么，而且最重要的是，要对想与之在线交易的人有个清晰的认识。以下几节讨论了常见的销售目标。我们将在第 2 章中讨论如何正确定位目标市场。



Microsoft
bCentral

提示

尽管新世纪的市场很不景气，但大多数分析家还是相信企业对消费者(Business-to-Consumer, 简称 B2C)模式的电子商务市场仍然在成长，而且事实上，直到现在电子商务才展露了真正的机会。根据 Forrester Research 的报告，2000 年 12 月在线销售额达到 6.1 亿美元。2001 年 1 月的销售降到了 3 亿美元，但是这仍然比 Forrester Research 报告的 2000 年 1 月销售 2.8 亿美元要多。

1. 销售产品

这是在 Internet 上显而易见的挣钱方式。很多人在考虑建立一个盈利性在线站点时，就计划销售产品。产品可以通过在线商品目录销售出去(例如 Amazon.com 的商品目录，Amazon.com 销售大量的书籍、CD 和其他产品)，也可以通过制造商的在线商店销售出去(例如图 1-1 中所示的 Microsoft 自己的产品商店)。



图 1-1

可以在 FrontPage 和一个类似于 Microsoft bCentral 的 Web 托管服务的帮助下
创建一个类似的在线商品目录

2. 在线订阅

在线交易，包括类似于 Wall Street Journal (<http://www.wsj.com>) 的 Web 版报纸和类似于 International Data Corp(<http://www.idc.com>) 的调查服务机构，通过对订阅或者“收费内容”(例如新闻文章、有关市场调查主题的白皮书或者金融问题的研究)收费来赚钱。需要这些信息的商业用户会订阅这些服务，并让他们的老板来付账。但是公众在还有那么多的免费信息存在时，是不会轻易决定是否应该花钱从网络上接收信息的。

3. 销售广告

如果您有很强大的顾客基础，并且吸引一些访问者经常访问您的站点，那么您也许能够为一些企业提供广告服务。您也可以作为合伙人来赚钱(当访问者从您的网站去到其他在线交易站点，然后在该站点上购买了东西时，则您作为网站的拥有者会得到报酬)。FrontPage 允许创建、编辑和管理广告条(网络版的显示广告)从而帮助您增加收入。



提示

通过访问 Internet Advertising Board 站点(<http://www.iab.net>)可以找到有关在线广告提示。ClickZ Today (<http://www.clickz.com>)包括很多栏目，例如女性市场、会员营销、品牌营销、跨媒体策略、在线公共关系等。

1.1.1 为什么要进行在线销售

如果您选择电子商务的原因只是因为看到别人都这么做，那么这恐怕是最差的理由了。您选择在线商务的个人目的是什么？请看下面列出的可能答案，然后从中选择适合的，并加上自己的。将它们都写在纸上，并贴到显示器上。现在，这些答案就是您的电子商务真经。

1. 找到更多购物者

您可能想要开始,也许已经在经营一个服务公司或销售公司。您想在因特网上将您的产品或服务销售给个人消费者。由 FoodNouveau.com 站点所倡导的企业对消费者(B2C)电子商务类型(如图 1-2 所示),在针对小范围顾客群的特殊产品方面运作得很好。消费者在舒适的家中付费就可以便捷地进行购物。



图 1-2

B2C 销售站点 FoodNouveau.com 是用 FrontPage 创建的,使用了包括搜索数据库在内的许多复杂的网页特性

2. 宣传您的离线商店

正如在本章稍后的一节中所阐述的,您可以创建一个网站,来补充您的公司在“传统有形”企业界中的现有情况。这样一个信息网站会给公司的产品和服务增加可观的价值。在网络上,您可以放置在线客户服务数据、提供企业的地址和工作时间,给出联系方式或者清楚地说明在退货和换货方面的制度。如果网站产生了销售业绩,当然更好。这个站点的目的不是产生收入,而是会增加顾客对你的公司的忠实度,这一点会直接影响销售额。

3. 与其他企业增加联系

电子商务中日益成长的有利润部分就是企业之间的贸易。企业对企业(B2B)模式的电子商务之所以起作用,就是因为一个企业要继续经营,就必须从其他企业那里获得特定的产品。需要定期清理物资的公司可以在在线清理物资机构开设一个账户,这样,得到授权的员工就可以通过单击按钮来购买清洁器或清洁服务了。需要新员工的公司可以搜索职业介绍所的个人简历数据库,从而避免了在报纸上做广告的麻烦。

例如, Jordan Machine Company 的网站是由一个机床制造和装配公司的所有者创建的。它的产品不面向个人顾客,而是面向需要精密部件和设计服务的企业(如图 1-3 所示)。

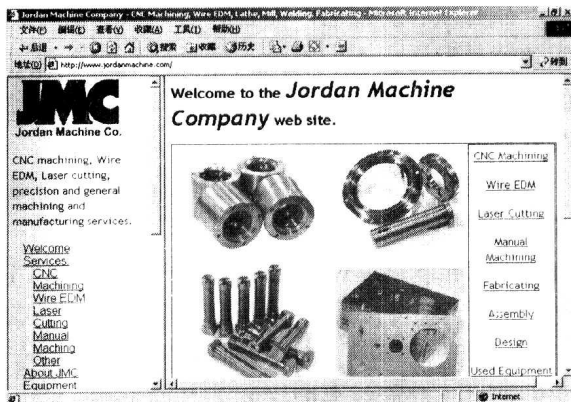


图 1-3

许多电子商务站点把产品和服务销售给其他企业。大多数消费者不需要机械加工部件，但是许多企业需要



商业提示

您不必在 B2C 或者 B2B 之间做出选择。如果消费者和企业都需要其产品的話，那么许多站点会同时成功地面向这两个顾客群。据 IDC（International Data Corporation）调查公司最近对电子商务经理的调查表明，同时对企业和消费者进行销售（如图 1-4 所示）的企业更有可能获利。

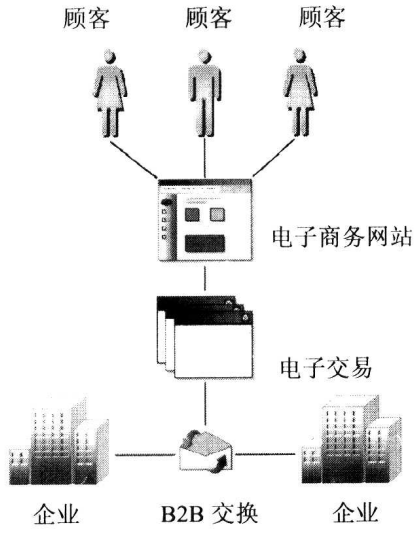


图 1-4

通过建立一个实用的网站，您可以联系个人消费者也可以联系企业客户，或者同时联系两者

1.1.2 销售什么商品

您可能已经知道要在线销售什么商品，但是仍然需要花费一些时间来仔细考虑在线

销售的两种特殊需要：产品必须容易配送，而且容易拍照和描述。

在线销售的商品应该容易配送。人们不会支付很高的配送费用(例如，为价值 20 美元的商品支付 10 美元的配送费)。在许多情况下，人们进行在线购物的惟一原因就是能够购买一些价格比传统有形的商店中更便宜的商品。

同时，一定要用一种激发消费者兴趣的方式给商品拍照或者描述它们，以弥补不能实际触摸和体验这些商品的缺陷。

Tom Cox, Golfballs.com (<http://www.golfballs.com>)的总裁兼 CEO，认为他的公司的产品是“完美的”在线产品。“您可以通过它的外观辨别出高尔夫球的好坏。”Cox 说，“您不必试验它们，一个型号适用于所有人。我们销售的产品与专卖店或者大型百货公司中的商品都相同，它们都是小型而容易配送的。”



图 1-5

您可以通过外观辨别出一件 Web 销售产品的好坏，而不用考虑其实际体积和配送重量

完美的电子商务产品不必是诸如书、CD 或者高尔夫球之类的实体，它也可以是其他形式：

- 员工的经验和专业技能
- 员工的组织才能
- 客户服务和个人关照的等级
- 根据每个客户的需求进行定制的能力

无论销售什么商品，都要清楚购物者是需要鼓励的。他们可能会怀疑网站所允诺的产品和服务不能准时到达或者不能满足他们的期望。除非您的产品十分有名，而且您的公司很成功，否则，必须使您的虚拟产品和自身的有别于其他电子商务供应商和站点。第三方推荐(感到满意的顾客对您的表扬)对激起其他在线购物者对您的产品的购买欲大有帮助。

1.1.3 联系顾客的方式

集中在线商店目标的一个方式就是决定电子商务所要采取的形式。您已经决定了要

在因特网上开展商务活动。但仅进行在线销售，还是要把电子商务站点与传统有形的商店结合起来呢？要准确认识建立顾客基础、接受在线付款和提供消费者服务是要达到什么目的，理解这两种方法之间的差异是非常重要的。

1. 在因特网上做纯网络企业

“纯网络企业”就是指只在网络上存在的公司。如果您要经营纯网络的企业，那么首要问题之一就是是否要独自完成所有的工作？如果不是，就必须找人帮忙。除非身边就有一些可以胜任的家人或朋友，否则，您必须雇佣他人。

既然已经解决了网站的工作人员问题，那么下一步就是确定吸引顾客的方式。如果您没有销售商品和服务的经验，就必须从零开始发展您的顾客基础。一个纯网络企业站点必须建立信誉，并通过其产品的质量和外观来吸引访问者，因为它没有历史，每一个顾客都是新的，您必须学会管理这些顾客。除了把访问者吸引到您新的在线交易这个难题之外，还有建立办公室、购买设备、在国家 and 当地机关进行注册等诸多难题，更不用说填写可能以前从未见过的所得税表。而这些所有的工作只要使用计算机就能自动完成，您不必学习 HTML 或者 JavaScript，只需要使用 FrontPage 来建立站点即可。



定义

HTML 超文本标记语言，用来创建网页的一套标记指令。

JavaScript 为增加网页的功能而设计的脚本语言。

2. 补充传统有形的企业

许多传统商店(具有实际的街道地址和顾客可以真正走入大门的商店)的所有者都开始着手用 FrontPage 给自己的商店做一个新的访问者入口——一个网络上的虚拟入口。将网站与实际的物理设备两种运营方式相结合将会给您带来诸多优势：

- **不用从零开始。**可以在实际地点已经使用的推销、实施、销售和营销技术基础之上进行构建。
- **可以分担财富和风险。**可以在多种渠道上分担利益和损失，使资金状况平稳。
- **可以做跨渠道的销售。**可以通过网站将人们吸引到对实际地点有效的生意和促销上。把网站名印在收据和商店的标志上，这样就会将访问者吸引到您的在线供应上而起到宣传促销的作用。

最理想的情况同样也是应争取的目标就是使您的网站和实际的商店作为一个整体进行协同工作。两者结合可以提供比单一模式更高水平的客户服务。如果您是一个印刷商，那么就使用您的网站在线追踪每项作业，或者让顾客下载印刷校样；如果您销售化妆品、鞋子或者其他产品，那么您的电子商品目录就可以将顾客从全国或者全世界吸引过来。



商业提示

把网站作为传统有形经营方式的前端广告而非单纯经营销售,这是很完美的模式。您可以将网站用作客户服务资源以帮助人们了解企业和产品,公布商店营业时间、邮政地址和电子邮件地址,以及产品的数据表格或者服务白皮书。让网站不停地宣传您的企业,而将销售业务放在实际商店内。您还可以鼓励顾客打电话或者发传真进行订购,然后添加电子购物车(请参阅第 8 章)或者信用卡交易(请参阅第 9 章),这样顾客就可以进行在线购买。

1.1.4 让顾客完善网站的内容

知道要进行哪种电子商务,接下来就应该把精力集中在您希望访问您的网站的顾客群上,让他们的需求和习惯来引导您开发引人注目的销售内容。

直觉可能告诉您应该做什么,以及您的产品和服务为什么是合乎消费者需要的。毕竟,您是专家。但是始终重点考虑顾客群以及他们想什么,将会有助于使您的站点成为顾客真正有用的资源(即网络上消费者不是只访问一次,而是会经常访问的地方)。在本章稍后我们会花一些时间讨论如何识别特定顾客以及发现他们想从您的在线商店买什么。

不过您不必担心如何才能以最佳形式销售产品以及如何把产品组织到网站中。因为创建 FrontPage 的 Microsoft 公司技术人员已经开发了一个站点框架,其中包含了许多对网上销售的基本需求的研究和经验。当使用一个 FrontPage 的完整网站模板时,就能得到一组页面,您可以在几分钟内把文字和图像放到那里。



定义

模板(Template) 一个由专业人员设计的网页,包含了“虚设”的内容,您可以把它替换为自己的标题、文字和图像。FrontPage 不仅带有为单独网页设计的模板,还带有为多链接页面的完整网站设计的模板。

让我们浏览一些符合需要的页面和内容类型的 FrontPage 模板。

要想打开模板,可以按以下步骤进行:

(1) 启动 FrontPage。

(2) 在【文件】菜单中,指向【新建】命令,然后单击【网页或站点】命令。任务窗格就在 FrontPage 窗口的右边打开。

(3) 单击【网页模板】打开【网页模板】对话框。

这些页面都是带有可以定制的标题和段落的单独网页的选集,包括意见反馈表单和常见问题页面。

(4) 单击【取消】按钮关闭【网页模板】对话框。

(5) 在任务窗格中单击【网站模板】打开【网站模板】对话框。

(6) 单击模板图标可查看其内容描述(显示在【说明】下面)。

打开整个网站只需简单地单击模板图标。FrontPage 会自动创建一组网页,每一个页面都是可以编辑的模板。我们将会在第 6 章开始创建网站时用到一个模板。