

打造无孔不入的全网营销模式，全力突破营销瓶颈

全网营销

燕鹏飞◎著

用户在哪里，
营销就该出现在那里

口碑

实现企业

用户

产品

线下

线上

WHOLE
NETWORK
MARKETING

不是产品不好卖，是你的营销模式要变了

双线营销：实现企业、用户、线上、线下四点联动

整合微信、微博、直播等线上营销资源，零成本建立产品口碑

全网营销

用户在哪里，
营销就该出现在那里

燕鹏飞◎著

WHOLE
NETWORK
MARKETING

SPM 南方出版传媒 广东人民出版社

· 广州 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

全网营销 / 燕鹏飞著. — 广州: 广东人民出版社,
2018. 1

ISBN 978-7-218-12171-0

I. ①全… II. ①燕… III. ①网络营销 IV.
① F713.365.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 260940 号

Quanwang Yingxiao

全网营销

燕鹏飞 著

版权所有 翻印必究

出版人: 肖风华

责任编辑: 马妮璐

责任技编: 周杰 易志华

装帧设计: 刘红刚

出版发行: 广东人民出版社

地址: 广州市大沙头四马路 10 号 (邮政编码: 510102)

电话: (020) 83798714 (总编室)

传真: (020) 83780199

网址: <http://www.gdpph.com>

印刷: 三河市书文印刷有限公司

开本: 787mm×1092mm 1/16

印张: 16 字数: 205 千

版次: 2018 年 1 月第 1 版 2018 年 1 月第 1 次印刷

定价: 42.00 元

如发现印装质量问题, 影响阅读, 请与出版社 (020-83795749) 联系调换。

售书热线: (020) 83795240



营销是一个常讲常新的话题，特别是随着互联网的发展和电商的兴起，中小企业的传统营销模式在电商面前几乎毫无招架之力，实体店倒闭、关店的风潮不断。如何在电商的强势竞争之下寻求一条生路，是广大中小企业和实体店面临的问题。

很多企业都想搭上互联网这趟时代列车，期望与互联网的结合能帮助自己在激烈的竞争中杀出一条血路。然而，随着移动互联网的发展和营销模式的不断变化，单一的营销模式已经不适应企业营销活动的发展。2016年，马云更是提出了新零售的概念，即把线上服务、线下体验与现代物流进行深度融合，诞生出的零售新模式。

新零售的诞生必将产生新的营销模式，这种新的营销模式就是全网营销。全网营销即全网整合营销，就是从产品研发、生产到网络销售等环节把一系列电子商务内容集合在一起的新型营销模式，也是集传统营销网络、PC互联网、移动互联网为一体的营销模式。全网营销把所有营销资源进行整合，形成庞大的网络营销体系，可以说是一场新的营销革命。

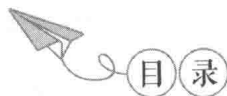
全网营销不限于单一的营销方式，它是将多种营销方式进行组合，以达到最佳的营销效果。全网营销有利于品牌和产品知名度的提升，有利于

解决线下销售瓶颈、提升整体销量，完善整个网络运营体系。

本书对全网营销进行全面论述，以便为企业提供借鉴和启迪。本书的内容分为两部分：一是对全网营销的未来发展趋势进行了论述，二是对全网营销的形式进行了论述。第一部分对全网营销的概念、现状及未来趋势、改变营销思维模式进行了具体阐述。第二部分对全网营销时代的各种营销方式如微信营销、直播营销、视频营销、搜索营销、内容营销、事件营销、关系营销等，结合真实的案例，进行了深入论述。

营销无孔不入，每一次新事物的出现都能造就一种新的营销模式，就像微信的出现造就了微信营销、直播的出现造就了直播营销等。对企业来说，每一次营销新模式的出现都能给一些企业带来机会。然而，新的营销模式往往在诞生之初效果明显，随着市场经济的发展变化和人们新鲜感的减退，营销的效果逐渐大不如前，且成本高昂。全网营销能够把所有营销模式整合起来，打出一套“组合拳”，从而使营销效果最大化。

本书紧扣全网营销的概念，从实战角度出发，系统总结了各种网络营销的手段、技巧和策略，并结合大量的翔实案例进行说明，为企业进行全网营销提供了策略和实践指导。



第一部分 全网营销——未来营销的发展趋势

第一章 全网营销的本质——让企业和用户建立深度关系

什么是全网营销 // 004

我国网络营销的现状 // 007

网络营销为什么会失败 // 011

体验式营销怎么玩 // 015

第二章 全网营销的极致思维——让你的产品与众不同

差异：用差异化打造品牌 // 020

价值：找出最有价值的核心产品 // 023

识别：让客户一眼认出你的产品 // 027

服务是业绩的新来源 // 032

第三章 全网营销的精准布局——用户在哪里，营销就在哪里

精准营销：将合适的产品卖给合适的人 // 036

渠道选择：从用户出发选择不同的产品宣传渠道 // 039

双线营销：实现企业、用户、线上、线下四点联动 // 042

第四章 建立全网营销思维——创新思维改变营销模式

营销模式永远在变化 // 048

不换思维就会落后 // 051

不是产品不好卖，是营销模式变了 // 054

如何找到你的客户 // 058

网络是工具，看你怎么玩 // 061

第五章 全网营销优势——零成本营造口碑

全网营销：营造口碑的加速器 // 066

没有什么比口碑更重要 // 070

杜绝虚假口碑 // 074

口碑不是病毒营销 // 077

口碑营销这样做 // 081

第六章 全网营销——渠道为王、终端制胜

网络广告 // 086

分类信息推广 // 090

问答推广 // 094

论坛推广 // 097

博客推广 // 102

微博营销 // 107

第二部分 全网营销的方式

第七章 全网营销之微信营销——与用户实现深度接触的新玩法

微信公众号的建设 // 114

微信公众号的定位 // 119

微信公众号的推广 // 123

微信营销的新玩法 // 127

第八章 全网营销之网络直播营销——营销新武器

什么是直播营销 // 132

直播营销的优势 // 135

如何做好直播营销 // 139

直播+企业：企业营销新赛道 // 143

第九章 全网营销之短视频营销——醉翁之意不在酒

网络视频营销的优势 // 148

如何制作网络视频 // 152

网络视频要有创意 // 156

巧妙植入广告 // 161

第十章 全网营销之搜索营销——为客户精心定制信息

什么是搜索营销 // 166

优化网站SEO的七个步骤 // 170

如何做好竞价排名 // 178

第十一章 全网营销之内容营销——内容为王

消费者喜欢有价值的内容 // 184

什么是有价值的内容 // 188

如何生产有价值的内容 // 191

如何撰写有价值的内容 // 195

有价值内容的创作指导原则 // 199

避免陷入内容营销的误区 // 203

第十二章 全网营销之事件营销——用事件引爆用户的好奇心

什么是事件营销 // 208

如何策划事件营销 // 212

事件营销的内容策略 // 216

如何做好事件营销 // 225

第十三章 全网营销之关系营销——实现与用户深度接触的新玩法

什么是关系营销 // 230

关系营销的具体策略 // 235

App营销：移动互联网时代的营销新宠 // 240

二维码营销：网络营销界的黑马 // 244

第一部分

全网营销——未来营销的发展趋势

继传统营销、网络营销之后，全网营销的时代正在来临，营销领域正在悄然发生一场新革命。然而，大多数人对全网营销这个词还是比较陌生，认为全网营销与网络营销没什么区别。其实，全网营销实现的是将所有网站的后台打通，将各种PC互联网的营销方式、移动互联网的营销方式与新媒体营销方式整合在一起，形成一个新型的网络营销体系。全网营销是对整个营销行业的创新和突破，其强大的网络覆盖功能和便捷的营销操作模式是未来营销发展的趋势。

01 第一章

全网营销的本质—— 让企业和用户建立深度关系

简单来说，营销就是通过发掘产品内涵和消费者的需求，让消费者了解产品进而产生购买的行为。传统营销和网络营销都是让潜在消费者尽可能多地了解产品，但传统营销通常是通过广告、销售渠道等方式让产品走向消费者；网络营销通过PC互联网、移动互联网让消费者接触到产品。这些方式都有各自的优势，但是随着互联网的发展，全网营销更能让企业和客户建立深度关系。

什么是全网营销

随着时代的发展和技术的进步，营销模式也在不断地发生变化。在传统营销时代，企业主要是通过代理商、经销商或者直营模式进行营销。传统营销模式的缺点是满足市场需求的时间长、速度慢、成本高。随着互联网在商业上的应用，出现了网络营销。网络营销的优势是传播范围广、成本低，但是也有其缺点：买卖双方缺乏信任、广告效果不佳等。而全网营销，能更好地发挥传统营销和网络营销的优势，弥补其缺点和不足。那么，什么是全网营销呢？

全网营销就是把PC互联网营销、移动互联网营销和传统营销三者结合起来的营销模式，是对这三种营销模式的资源整合。全网营销与以往的营销模式有所不同，以往的营销模式往往是追求一种营销的方法，而全网营销模式以用户思维为核心，不追求哪一种营销方法，是随着用户行为的变化而变化的。因此，要做好全网营销，最重要的是了解客户，知道客户在哪里、客户的需求是什么，然后做精准营销。

与以往的营销相比，全网营销有以下六大优势：



全网营销的六大优势

1. 品牌形象提升

品牌是企业营销的最高境界，也是企业一直所追求的。企业总是想方设法展示企业形象、扩大品牌的知名度。在全网营销模式下，企业展示品牌形象的渠道很多，例如企业的官方网站、搜索引擎快照、网络旗舰店、分销专卖店、直营店等。

2. 规范销售市场

价格战会造成恶性竞争、会破坏市场秩序；同时，网上假货横行，也造成了消费者对网络营销的不信任。而全网营销通过官方建立网上商城，卖家能看到竞争对手的价格，避免了价格战，能起到规范市场的作用。

3. 扩大整体销量

网络零售潜力巨大，这从近几年的网络零售额可以明显地看出来。例如，2017年“双十一”阿里巴巴的全网交易额达1682亿元。可见，全网销售这块蛋糕巨大。

4. 解决线下销售瓶颈

随着网购人数的增加，线上营销对线下实体店造成了一定的冲击。但

是，线上营销与线下营销并不冲突，全网营销能将线上营销与线下营销很好地结合起来，对解决线下的销售瓶颈也是有帮助的。

5.完善客服体系

传统营销模式中多使用电话客服，随着网购人群的增加，网络客服可通过互联网向客户提供更好的服务。

6.梳理分销渠道

随着全网营销的发展，企业建设官方网上商城有利于建立自己的正规分销渠道。

其实，任何一种营销模式都是基于以用户为核心，不同的在于营销平台、营销工具和营销方法的差异。营销的本质是要营造出一种环境、烘托出一种氛围，然后站在客户的角度描述产品，使客户了解并接受产品。以前商品短缺的年代完全是卖方市场：卖方说了算，我有什么你买什么，我没有，你掏再多的钱也没有用。而现在商品过剩，商家的竞争非常激烈，你的产品不好、服务不好，客户就不买你的账。所以，现在的企业都在讨好消费者，而讨好消费者的方法就是深入了解消费者的需求，无论是营销的方法还是对产品的描述等方面都要站在消费者的角度考虑，向消费者传达他们想看到、想听到的内容，并生产出消费者真正想要的产品，这对任何营销方式来说都是非常重要的。

营销发展到今天，已经有了相当成熟的方法和理论，但是营销仍然有不少的难题。企业网站、商家网店里的很多信息都是企业和商家硬塞给消费者的，并不一定是消费者想要的。这就是没有真正站在消费者的角度来考虑，对营销来说是非常不利的。那么，未来企业的营销应该怎么做呢？要靠系统。全网营销就是一套企业经营的系统。全网营销的实践方法很多，例如利用事件营销、搜索营销等，在后面的章节中会进一步详细阐述。

我国网络营销的现状

我国的网络营销虽然起步较晚，但发展迅速。随着网民人数的增多和快递物流行业的发展，网上购物已经成为很多人日常生活的一部分，网上购物的火爆也促进了网络营销的发展。网络营销以互联网为媒介和工具，是营销人员面向广大网民展开的一系列营销活动。网络营销是一种新型的营销方式，它的优点是能降低企业传播信息的成本，具有信息传递及时、效率高，传播范围广等优势。

虽然我国的网络营销发展得比较快，但也存在一些问题，这些问题主要表现在以下几个方面：

1.传统企业对网络利用率不高，营销方式较单一

很多传统企业对网络营销的利用仅仅是在网络广告和企业宣传上，甚至一些企业还没有自己的独立网站，并且营销的方式也比较单一，只是把传统的营销方式搬到了网上，更谈不上网络分销、网络新产品开发、网络服务等营销活动。

2.企业在网络营销上的管理不足

企业开展网络营销时，在管理中还存在一些问题，主要表现在：管理体系不完善，没有形成一套规范系统的管理体系；对网络营销上可能出现的问题没有预见、没有制定相应的措施，等出现问题后才做出相应的反应。

3.缺乏相关的技术人才

网络营销是一个新兴行业，它需要各种人才，特别需要那些具有新信息观念和新型知识结构的人才。但我国企业在相关技术人才方面还是相对比较缺乏的。

4.存在技术与安全问题

网络营销存在的最大的问题是安全问题。如果消费者的支付密码被窃取，很可能给消费者造成巨大损失。安全问题在一定程度上影响了网络营销的发展。

5.人们对网络营销缺乏信任

一般来说人们更相信看得见、摸得着的商品，这是传统营销的优势。在网络上人们只能看到图片和文字介绍，当仅凭网上的一张图片就在网店下单购买东西，人们是要三思而后行的，因为怕买到的东西不适合，也怕买到假货，上当受骗。

6.网络营销存在被动性

网络营销的主动权在消费者手里，因此网络营销人员只能被动地等待顾客下单，不能像传统营销一样主动出击。

网络营销这种创新型的营销模式虽然促进了营销的发展，但是以上存在的问题，在一定程度上也制约了网络营销的发展。存在这些问题的原因主要有两点：一是我国目前的网络营销环境不成熟，网络营销观念有待进一步增强；二是企业缺乏网络营销的目标。促进我国网络营销的发展，应采取以下措施：

1.加强网络营销环境建设

对网络营销环境的建设，首先，要从相关的法律法规着手，从法律上规范网络营销的行为，只有这样才能使网络营销环境健康、有序地发展；