



网络营销基础 与网上创业实践

清华大学出版社

网络营销基础 与网上创业实践

清华大学出版社
北京

内 容 简 介

本书是作者根据多年的教学经验凝练而成。本书全面融合了网络营销的基础理论知识和网上创业的实践操作,注重理论与实践紧密结合,突出实务性,同时具有理论深度,适用范围广,应用性强。

本书共分14章,第1章至第9章为网络营销基础理论知识介绍部分,重点介绍了网络营销的常用工具和方法、网络市场与网络调研、网络营销STP战略、网络营销组合策略等内容;第10章至第14章为网上创业实践部分,重点介绍网上创业的准备、网上开店、网上创业营销等内容。全书充分阐述了网络营销的前沿理论、最新应用和网上创业的实践技巧,体现出复合型人才培养的目标。

本书既可以作为高校电子商务、信息管理、市场营销等专业的教材,也可以作为广大电子商务实务工作者的指导性工具书和管理培训参考书。

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

网络营销基础与网上创业实践/荆浩主编. --北京:清华大学出版社, 2011.4
ISBN 978-7-302-24860-6

I. ①网… II. ①荆… III. ①网络营销 ②电子商务 IV. ①F713.36

中国版本图书馆CIP数据核字(2011)第033274号

责任编辑:陆滢晨

责任校对:宋玉莲

责任印制:王秀菊

出版发行:清华大学出版社

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

社 总 机:010-62770175

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

地 址:北京清华大学学研大厦A座

邮 编:100084

邮 购:010-62786544

印 刷 者:北京四季青印刷厂

装 订 者:三河市漂源装订厂

经 销:全国新华书店

开 本:185×230

印 张:25.5

字 数:527千字

版 次:2011年4月第1版

印 次:2011年4月第1次印刷

印 数:1~4000

定 价:39.80元

产品编号:038173-01

前言

近年来,随着互联网在我国应用的不断普及,网络市场的发展也日渐繁荣。中国电子商务研究中心 2010 年 8 月初公布的数据显示,中国网购用户突破 1.3 亿,到 2010 年末,网购交易额将达 4300 亿元。应对日益增加的网络购物者和不断增大的网络购物市场份额,网上营销方法与手段已成为企业和个人网络营销者急需了解和掌握的工具。2008 年,全球金融危机对我国广大中小企业的发展产生了严重的影响,电子商务和网络营销成为中小企业迅速摆脱危机的重要途径之一。同时,金融危机也对广大高校毕业生的就业产生了直接影响,网上创业的诸多优势也使其成为众多高校毕业生(在校)实现创业的重要方式之一。淘宝网最新网络就业数据显示,截至 2010 年 4 月 30 日,淘宝网创造了 106 万个直接且充分的就业机会,也就是说,有 106 万人通过在淘宝网上开店实现了就业。全球咨询机构 IDC 测算,每一人在淘宝开店实现就业,就将带动 2.85 个相关产业的就业机会。也就是说,截至 2010 年 4 月,通过淘宝网进行网上创业已经为产业链创造了 302.1 万个就业岗位。

随着全球网络经济的飞速发展,网络营销作为企事业单位和个人开展电子商务的核心,所涉及的理论和实践也发展迅速,同时其实践性和应用性也越发显得重要。本书在全面整合网络营销核心理论知识的基础上,融入了网络营销新模式、新方法和新技术。同时,基于网络营销基础,详细地介绍了网上创业的方法和个人网店经营的关键步骤和流程。既注重基础知识的理论性和系统性,又注重实践应用性。

本书的特点可以概括如下:

- (1) 全新的内容体系,基于先理论后实践的逻辑思路来撰写。
- (2) 实战的案例操作讲解,结合学生成功的网上创业实例介绍,突出实务操作,使学生学习完之后,可以完成网络营销企划、网上商店创建与运营。
- (3) 案例新,实用。每章开篇案例引入内容,篇末安排 1~3 个有针对性案例,每个案例安排 3~5 道有针对性的讨论题。

(4) 实战的课外作业。突出实务,在作业环节安排了专门网上实践和角色扮演的情景习题,通过作业游戏来锻炼学生的实际应用能力。

(5) 实时性强。紧密跟踪网络营销的发展动态,及时将全新的网络营销模式和统计数据纳入书中。

(6) 参考国外经典教材、阿里巴巴培训认证教程体系,章节内容新颖。

全书共分为两篇,上篇是网络营销基础理论部分,共分9章。该部分系统地介绍了网络营销的理论知识,主要包括网络营销的内涵特点、网络营销常用工具、网络市场与网络调研、网络营销STP战略、网络营销组合策略等内容。下篇是网上创业实践部分,共分5章。该部分重点介绍了网上创业的流程、工具、技巧和方法等,该部分凝练了很多教师和同学网上创业的技巧,具有很强的指导性。

本书编写框架由荆浩确定,荆浩、赵礼强负责全书最后的统稿。其中第1、6、9章由赵礼强编写,第2、3、4、8章由荆浩编写,第5、7章由陈静编写,第10章由赵礼强、陈静编写,第12、13章由孟繁宇编写,第11、14章由孟繁宇、马丽娜共同编写。

本书在写作过程中,借鉴和引用了大量网络营销方面的相关著作、教材、案例以及互联网上的资料,主要参考文献列于书后,在此对有关作者一并表示衷心感谢。

由于作者水平所限,书中难免有不足和错误之处,敬请读者给予批评指正。

编 者

目 录

上篇 网络营销基础

第 1 章 网络经济与网络营销	3
1.1 网络经济下营销理论的变革	3
1.1.1 网络经济的内涵	5
1.1.2 网络经济的基本特征	5
1.1.3 网络经济与网络营销概述	8
1.2 网络营销的理论基础	14
1.2.1 直复营销理论	14
1.2.2 关系营销理论	15
1.2.3 “软营销”理论	16
1.2.4 整合营销理论	17
1.3 网络营销概述	20
1.3.1 网络营销的含义	21
1.3.2 网络营销的职能	22
1.3.3 网络营销的优势	23
1.4 我国网络营销发展	25
1.4.1 我国网络营销发展现状	25
1.4.2 网络营销的发展趋势	26
本章小结	30
复习思考题	30
实践题	31
第 2 章 网络营销常用工具和方法	32
2.1 搜索引擎营销	32
2.1.1 搜索引擎营销原理与方法	33



2.1.2	关键词广告	34
2.1.3	中国搜索引擎市场的发展	36
2.2	许可 E-mail 营销	39
2.2.1	许可 E-mail 营销的基本原理	39
2.2.2	许可 E-mail 营销的模式及建议	41
2.3	网络社区营销	42
2.3.1	网络社区的形式和作用	45
2.3.2	网络社区营销的发展	46
2.3.3	如何建立网络社区	48
2.4	网络口碑营销	49
2.4.1	网络口碑营销的发展	49
2.4.2	网络口碑营销优势及存在问题	52
2.5	病毒性营销	53
2.5.1	病毒性营销的起源和基本原理	54
2.5.2	病毒性营销的 6 项基本要素	55
2.5.3	实施病毒性营销的步骤	56
2.6	博客营销	57
2.6.1	博客与博客市场	57
2.6.2	博客营销	58
2.6.3	微博客	61
2.7	网站资源合作	64
2.7.1	交换链接的一般方法	65
2.7.2	建立交换链接的常见问题	66
2.8	网络会员制营销	68
2.8.1	网络会员制营销的基本原理与价值	68
2.8.2	会员网站如何获得更多的收益	70
	本章小结	73
	复习思考题	73
	实践题	74
第 3 章	网络市场与网络消费者	75
3.1	网络市场	76
3.1.1	网络市场的内涵与分类	76
3.1.2	网络市场的特征	77
3.1.3	我国网络市场的发展现状	78

3.2 网络消费者特征分析	86
3.2.1 我国网民规模与结构特征	86
3.2.2 网上消费者的特征	90
3.3 网络消费者购买行为分析	91
3.3.1 网络消费者的类型	91
3.3.2 网络消费者的购买动机	92
3.3.3 网络消费需求的特征	94
3.3.4 影响网络消费者购买的主要因素	95
3.3.5 网络消费者消费过程	96
3.3.6 网络消费者购买行为模型	98
本章小结	101
复习思考题	102
实践题	102
第4章 网络调研	103
4.1 网络调研概述	104
4.1.1 网络调研内涵	104
4.1.2 网络调研特点	105
4.2 网络调研过程与方法	106
4.2.1 网络调研的过程	106
4.2.2 网络直接调研	107
4.2.3 网络市场间接调研	109
4.3 在线问卷调查与反馈	110
4.3.1 在线调查问卷的分类	110
4.3.2 在线调查问卷的设计	111
4.3.3 在线调查问卷的投放和回收	113
4.3.4 在线问卷调查的注意事项	115
本章小结	119
复习思考题	119
实践题	119
第5章 网络营销 STP 战略	120
5.1 网络营销计划	121
5.1.1 网络营销计划的内涵	121
5.1.2 网络营销计划的步骤	122



5.2 网络营销 STP 战略概述	127
5.2.1 网络市场细分的要素和变量	127
5.2.2 目标市场进入战略	130
5.2.3 网络差异化策略	131
本章小结	134
复习思考题	134
实践题	135
第 6 章 网络产品与价格策略	136
6.1 网络产品	139
6.1.1 网络产品的概念	139
6.1.2 网络营销产品分类	140
6.1.3 适合网络销售的商品	141
6.2 网络新产品开发	142
6.2.1 网络营销新产品开发概述	142
6.2.2 网络营销新产品开发过程	144
6.3 网络营销品牌策略	147
6.3.1 网络市场品牌概述	147
6.3.2 网络品牌的塑造	149
6.4 网络营销价格策略	153
6.4.1 网上商业价格特征分析	155
6.4.2 网络营销定价策略	157
本章小结	165
复习思考题	165
实践题	165
第 7 章 网络营销渠道策略	166
7.1 网络营销渠道概述	166
7.1.1 网络营销渠道与传统营销渠道的比较	166
7.1.2 网络营销渠道功能	168
7.1.3 网络营销渠道类型	170
7.1.4 网络营销渠道建设	171
7.2 网上直销	173
7.2.1 网上直销概述	173
7.2.2 网上支付	175

7.2.3 物流管理与控制	177
7.3 网络中间商	178
7.3.1 网络中间商与传统的中间商的区别	179
7.3.2 网络中间商的特点	180
7.3.3 网络中间商类型	182
7.3.4 网络中间商的发展趋势	183
7.4 比较购物代理	184
7.4.1 比较购物概述	185
7.4.2 比较购物代理的分类	186
7.4.3 比较购物代理的应用现状	188
本章小结	195
复习思考题	196
实践题	196
第8章 网站推广与网络广告	197
8.1 网站诊断与推广	198
8.1.1 网站诊断	198
8.1.2 网站推广的阶段及其特征	200
8.1.3 网站推广常用方法概述	204
8.1.4 搜索引擎优化	205
8.1.5 网络竞价排名	209
8.2 网络广告	211
8.2.1 网络广告概述	212
8.2.2 网络广告的发布	220
8.2.3 网络广告战略	222
8.2.4 网络广告的效果及定价	225
本章小结	229
复习思考题	230
实践题	230
第9章 网络营销服务	231
9.1 网络营销服务概述	233
9.1.1 网络营销服务的概念及特点	233

9.1.2 网络顾客服务的优势	234
9.2 网络营销客户服务内容及工具	236
9.2.1 网络营销客户服务内容	236
9.2.2 网络营销服务工具	237
9.3 网络营销顾客服务策略	241
9.3.1 FAQ 页面的设计与适用	242
9.3.2 电子邮件的运用	243
9.3.3 网络虚拟社区的营销服务策略	244
9.3.4 鼓励顾客对话	245
9.4 网络营销个性化服务	246
9.4.1 网络营销个性化服务概述	246
9.4.2 网上个性化的信息服务方式	247
9.4.3 个性化顾客服务与个人信息保护	247
本章小结	250
复习思考题	250
实践题	251

下篇 网上创业实践

第 10 章 网上创业概述	255
10.1 网上创业环境分析	255
10.1.1 互联网的特殊性	255
10.1.2 我国网上创业的宏观环境分析	257
10.1.3 互联网行业进入壁垒的特点分析	258
10.2 互联网创业的特点和赢利模式	260
10.2.1 互联网创业的特点	260
10.2.2 互联网创业的赢利模式	261
10.3 创业计划书	265
10.3.1 创业投资计划书的概念及其作用	265
10.3.2 创业投资计划书的内容	265
10.4 大学生网上创业	270
10.4.1 大学生网络创业现状分析	270
10.4.2 大学生网络创业优势分析	272
本章小结	274

复习思考题	274
实践题	274
第 11 章 网上创业之准备	275
11.1 网上创业基础	275
11.1.1 合适的项目	276
11.1.2 选择进货渠道	276
11.1.3 选择经营模式	279
11.2 交易平台的选择	280
11.2.1 淘宝网	280
11.2.2 拍拍网	281
11.2.3 易趣网	281
11.2.4 百度有啊	282
11.3 网络银行与网络支付安全	282
11.3.1 网络银行	283
11.3.2 网络支付安全	285
11.4 网上创业相关技术基础	287
11.4.1 HTML	287
11.4.2 CSS 语言	290
11.4.3 Dreamweaver	292
本章小结	296
复习思考题	296
实践题	296
第 12 章 网上创业之开店	297
12.1 开店流程	297
12.1.1 账号注册	297
12.1.2 支付宝注册	299
12.1.3 支付宝实名认证	302
12.1.4 建立店铺	305
12.2 店铺装修	306
12.2.1 普通店铺装修	306
12.2.2 旺铺装修	313
12.2.3 辅助装修工具	320



12.3 商品发布	324
12.3.1 商品发布流程	324
12.3.2 完整的信息描述	327
12.3.3 商品的拍摄	330
12.3.4 商品发布管理规则	331
本章小结	333
复习思考题	333
实践题	333
第13章 网上创业之营销	334
13.1 淘宝平台营销	334
13.1.1 信用的累积	334
13.1.2 淘宝搜索优化	335
13.1.3 使用好交流平台	338
13.1.4 数据统计工具	339
13.1.5 收费工具	339
13.2 独立网站的搭建	343
13.2.1 网站域名的申请	343
13.2.2 网站空间的选择	345
13.2.3 使用 ECShop 建立商务网站	347
13.3 论坛营销	350
13.3.1 论坛营销介绍	350
13.3.2 论坛商品交易与团购	351
13.3.3 论坛软性营销	353
13.4 搜索引擎营销	353
13.4.1 搜索引擎优化	354
13.4.2 关键词的选择	354
13.4.3 信息发布平台的选择	357
13.5 其他营销方式	358
13.5.1 即时通信营销	358
13.5.2 网络广告	360
本章小结	364
复习思考题	365
实践题	365

第 14 章 网上创业之管理	366
14.1 工具管理.....	366
14.1.1 阿里旺旺.....	366
14.1.2 淘宝助理.....	368
14.2 商品管理.....	369
14.2.1 网站后台管理.....	369
14.2.2 批量管理.....	371
14.3 交易管理.....	376
14.3.1 交易管理概述.....	376
14.3.2 物流管理.....	378
14.3.3 批量订单管理.....	382
14.4 财务管理.....	383
14.4.1 成本核算.....	384
14.4.2 记账.....	384
14.5 库存管理.....	387
14.5.1 统计库存.....	387
14.5.2 控制库存.....	388
14.5.3 清理库存.....	389
14.6 客户关系管理.....	390
14.6.1 建立客户数据库.....	390
14.6.2 沟通中注意技巧.....	390
14.6.3 售后服务.....	391
14.7 安全管理.....	392
本章小结.....	392
复习思考题.....	393
实践题.....	393
参考文献.....	394

上

篇

网络营销基础

网络经济与网络营销

学习目标

了解网络经济的基本概念和特征;掌握网络环境对传统营销要素、营销策略、营销方式、营销活动、营销理念带来的影响和变革;掌握网络营销理论的基本原理;熟练掌握网络营销的基本概念、类型、特点等;了解网络营销发展现状及趋势。

关键词汇

网络经济(network economy) 网络营销(network marketing) 网络营销理论(network marketing theory)

20世纪90年代以来,网络技术的迅速发展,推动了一种新型经济形态——网络经济的产生和快速发展。在网络环境下,传统营销方式遇到了很大冲击,而以现代电子和通信技术为基础的网络营销,则在许多方面存在着明显的优势。

1.1 网络经济下营销理论的变革



案例 1-1

日化帝国宝洁营销e攻略

为了深入了解消费者的习惯和兴趣,消费品巨头宝洁公司在雅虎的健康频道创建了一个针对女性消费者的社会化互动社区 capessa.yahoo.com,让女性用户在上面交流分享诸如保健、生活、事业等各种话题。该社区的目的不是销售宝洁产品,而是希望借此更好地了解消费者需求和习惯,以推出更能满足需求的产品。同时他们建立了诸如 Home Made Simple 这样提供实用知识的网站,还在 myspace 上为不同的品牌开辟专门的主页空间。