

21世纪高等职业教育计算机系列规划教材

基于工作过程的商务网站建设

——网页制作

黄颖 蒲茜 主编
郑代富 倪大勇 王冠群 副主编



- 能力导向：真实化的工作情境，培养“理实”一体的实践意识，增强知识技能的应用能力
- 工作导向：系统化的工作过程，培养“工学”一体的职业意识，增强工作实践的专业能力
- 行动导向：过程化的组织结构，培养“学做”一体的学习意识，增强终身学习的自学能力

配备
电子教案



电子工业出版社
PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY

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

21世纪高等职业教育计算机系列规划教材

计算机信息技术基础 (杨桦 傅丽霞)

计算机信息技术基础实训指导 (赵玲 青巧)

计算机文化基础 (马强)

计算机文化基础实训指导 (王春进 马强)

计算机应用基础 (李冰 赖利君)

计算机应用基础 (丁琦 杨龙)

计算机应用基础实训指导 (杨龙 丁琦)

计算机应用基础 (郝建春)

计算机应用基础实训指导 (陈芷)

计算机文化基础教程 (第2版) (杨殿生 肖力)

计算机文化基础实训教程 (第2版) (徐小平 杨海军)

C语言程序设计 (徐受蓉)

组网技术与网络管理 (施吉鸣)

网络组建与维护 (陈晴)

计算机网络工程 (应泽贵)

多媒体技术与应用 (青巧 黄春华)

Photoshop CS4基础与项目实训教程 (赵荣)

中文版Photoshop CS4平面设计实训案例教程 (章俊 雷波)

Photoshop CS4实例教程 (蒋斌)

Flash CS5 平面动画设计与制作案例教程 (田启明)

Internet应用 (杨莉)

ASP.net 3.5工程项目开发教程 (王益亮)

ASP.NET 3.5企业网站开发实例教程 (梅成才)

基于ASP.net的Web应用开发技术实用教程 (方玉燕)

Dreamweaver CS4动态网页制作实用教程 (罗保山 吴煜煌)

基于工作过程的商务网站建设——网页制作 (黄颖 蒲茜)

Web应用程序开发技术 (姚骥 傅丽霞)

SQL Server 2005数据库应用教程 (刘勇军 蒋文君)

Protel DXP 2004原理图与电路板设计实用教程 (郑梦泽)

单片机实践与应用 (罗学恒)

JSP网络应用系统开发教程 (郭红 王电钢)

JSP动态网站开发项目教程 (徐婉珍)

Java程序设计教程 (刘甫迎)

Java软件开发基础 (姚骏屏 张红实)

Java Web应用软件开发 (张红实 何桂兰)

Java面向对象软件开发 (姚骏屏 汪卫星)

基于Java技术的Web应用开发 (孙璐)

网络综合布线设计与施工技术 (梁裕)

网络服务的配置与管理项目实践教程 (齐跃斗)

构建中小型企业网络 (谭亮)

安全网络构建 (沈才梁)

信息安全基础 (胡国胜)

信息安全技术与实施 (武春岭)

信息安全产品配置与应用 (武春岭)

现代安防技术设计与实施 (陈晴 邓忠伟)

Visual C#.NET程序设计 (黄昆)

Visual Basic程序设计项目教程 (刘自昆 李怡平)

Oracle 11g数据库项目应用开发 (李强)

策划编辑: 徐建军



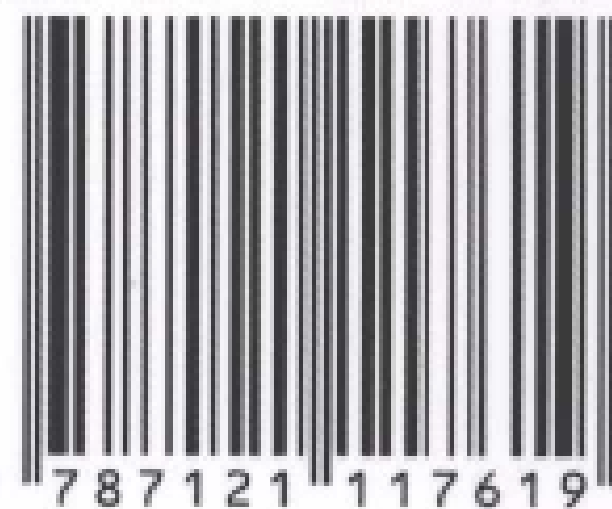
责任编辑: 徐建军

封面设计: 一克米工作室

本书贴有激光防伪标志, 凡没有防伪标志者, 属盗版图书。



ISBN 978-7-121-11761-9



9 787121 117619 >

定价: 35.00元

21 世纪高等职业教育计算机系列规划教材

基于工作过程的商务网站建设

——网页制作

黄颖 蒲茜 主编

郑代富 倪大勇 王冠群 副主编

电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京 • BEIJING

内 容 简 介

本书分三个部分,分别从“科源信息技术有限公司”发展的三个不同阶段的网站形态,把网页设计与制作、网络营销策划与分析、网站版面与色彩运用、网站运营与推广等知识和技能融入三个渐进的学习情境中。每个学习情境都呈现了一个完整的网站建设过程,将学习目标和工作目标有机地结合在一起,充分体现了“学习的内容是工作”、“通过工作来学习”的新职业教育理念,学习的过程能为未来的工作起到良好的引领和示范作用。

本书适合各职业院校和培训机构作为网页设计与制作、网站建设人才培养配套的专业基础教材,也可以作为网络营销策划师、网站优化工程师、网站运营工程师、网站编辑维护人员、网站美工师、网站开发人员等电子商务应用与服务岗位从业人员的专业基础教材,同时可供自学者学习使用。

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

基于工作过程的商务网站建设:网页制作/黄颖,蒲茜主编. —北京:电子工业出版社,2010.9

21世纪高等职业教育计算机系列规划教材

ISBN 978-7-121-11761-9

I. ①基… II. ①黄… ②蒲… III. ①电子商务—网站—高等学校:技术学校—教材 IV. ①F713.36
②TP393.092

中国版本图书馆CIP数据核字(2010)第173752号

策划编辑:徐建军

责任编辑:徐建军 特约编辑:方红琴

印 刷:北京市天竺颖华印刷厂

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:787×1092 1/16 印张:20 字数:512千字 彩插:2

印 次:2010年9月第1次印刷

印 数:4000册 定价:35.00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。

前言

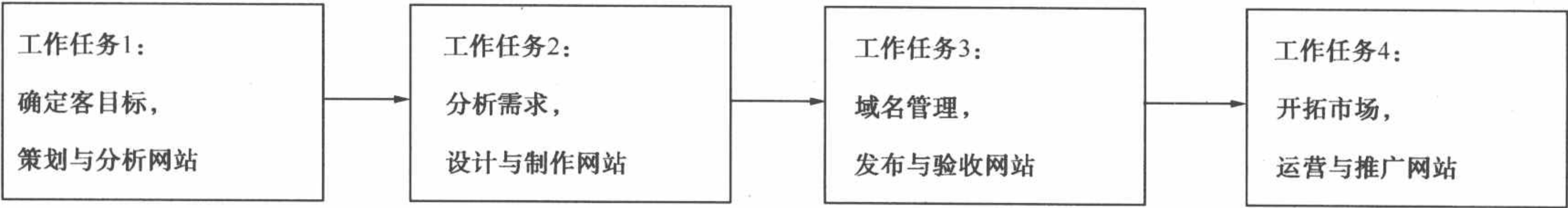
本书编者在对商务网站相关的营销、策划、开发、美化、优化、运营、维护等岗位所需的技能进行了分析，结合课程建设的实践经验编写了本教材。本书共分三个部分，分别对应“科源信息技术有限公司”发展的三个不同阶段的网站形态，从初期 6 人的数码产品宣传网站，到 40 人规模的网络产品营销网站，再到如今 100 人规模的集数码网络产品销售、IT 外包服务、文档信息化、行业方案等服务于一体的商务网站。根据三个阶段所对应的网站自然地形成三个渐进的学习情境，在网站建设的过程中把网页设计与制作、网络营销策划与分析、网站版面与色彩运用、网站运营与推广等知识和技能融入学习情境中。每个学习情境都呈现了一个完整的网站建设过程，将学习目标和工作目标有机地结合在一起，充分体现了“学习的内容是工作”、“通过工作来学习”的新职业教育理念，学习的过程能为未来的工作起到良好的引领和示范作用。

一、教材内容

- 1. 学习情境 1：科源公司宣传网站。在网页设计与制作上主要体现网页结构布局认知、色彩认知、图像和动画的认知、HTML 技术、Fireworks 技术、网页测试技术，在网站建设过程中突出以“信息发布为主”的初级营销推广模式，实现简单信息发布的宣传网站。
- 2. 学习情境 2：科源公司营销网站。在网页设计与制作上主要体现版式设计、字体与导航设计、色彩搭配设计、Dreamweaver、Fireworks、CSS、JavaScript、ASP+Access 的结合、ASP 程序的功能与数据库测试，在网站建设过程中突出以“产品销售为主”的中级营销推广模式，实现基本信息反馈和调查的网站。
- 3. 学习情境 3：科源公司商务网站。在设计与制作上主要体现网站主题、风格、创意的设计、Div+CSS 网页布局、Fireworks、Flash、ASP+Access 的结合、网站性能与安全测试，在网站建设过程中突出以“顾客沟通为主”的高级营销推广模式，实现综合信息交互的网站。

二、体系结构

三个学习情境按工作过程都分成四个工作任务（子学习情境）。



每个工作任务（子学习情境）按认知规律分成六个环节：

- 1. 任务分析：了解工作情境，对工作任务的要求进行说明。
- 2. 业务咨询：根据工作任务，准备实践操作中所需的知识。
- 3. 实践操作：根据工作流程，指导完成工作的过程和操作。
- 4. 技能拓展：根据实践操作，完善工作相关的知识和技能。
- 5. 巩固训练：通过工作反思，提升完成工作的技能和策略。
- 6. 评价总结：结合个人、小组内、小组间、教师进行综合评价，学习者再根据对其的评价反馈进行工作总结。

三、教材特色

1. 能力导向：教材内容源于真实化的工作情境，有利于培养学习者形成理论与实践一体的实践意识，增强知识技能的应用能力。

2. 工作导向：学习内容融入系统化的工作过程，有利于培养学习者形成工作、学习一体的职业意识，增强职业素质的专业能力。

3. 行动导向：教材体例采用过程化的组织结构，有利于培养学习者形成学、做一体的学习意识，增强终身学习的自学能力。

本书由黄颖、蒲茜担任主编，郑代富、倪大勇、王冠群担任副主编，舒泳涛、严珩、张莉、李冰参加了编写。

为了方便教师教学，本书配有电子教学课件，请有此需要的教师登录华信教育资源网（www.hxedu.com.cn）免费注册后进行下载，如有问题可在网站留言板留言或与电子工业出版社联系（E-mail:hxedu@phei.com.cn），也可以与作者联系（E-mail: keyuan94@126.com）。

由于对项目式教学法正处于经验积累和改进过程中，同时，由于编者水平有限和时间仓促，书中难免存在疏漏和不足，希望同行专家和读者能给予批评和指正。

编 者

目 录

学习情境 1 科源公司宣传网站	(1)
工作任务 1 确定目标, 策划与分析网站	(1)
1.1 任务分析	(1)
1.2 业务咨询	(1)
1.2.1 网络营销	(2)
1.2.2 电子商务及电子商务网站	(3)
1.2.3 网站策划过程	(4)
1.2.4 网站需求分析	(5)
1.2.5 网站建设合同制定	(6)
1.2.6 网站建设规划	(7)
1.3 实践操作	(8)
1.3.1 调查网站建设基本要求, 策划网站	(8)
1.3.2 签订网站建设合同, 完成网站需求分析说明书	(9)
1.3.3 收集网站资料, 规划网站建设的资源和进度	(13)
1.4 技能拓展	(13)
1.5 巩固训练	(14)
1.6 评价与总结	(14)
1.6.1 综合评价	(14)
1.6.2 工作总结	(14)
工作任务 2 分析需求, 设计与制作网站	(15)
2.1 任务分析	(15)
2.2 业务咨询	(15)
2.2.1 网站设计步骤及原则	(15)
2.2.2 网站结构设计规则	(17)
2.2.3 网站 CIS 设计知识	(18)
2.2.4 网页版面布局规则	(20)
2.2.5 网站色彩知识	(23)
2.2.6 图像与多媒体知识	(25)
2.2.7 Fireworks 简介	(25)
2.2.8 HTML 技术	(26)
2.2.9 网站链接与外观测试	(29)
2.3 实践操作	(30)
2.3.1 分析网站需求, 完成网站设计说明书	(30)
2.3.2 建立网站目录结构, 收集整理素材和资料	(32)
2.3.3 分析网站构图设计, 制作网站图像	(34)
2.3.4 依据网站功能设计, 使用 HTML 技术制作网页	(52)
2.3.5 搭建测试环境, 测试网站	(73)

2.4	技能拓展	(75)
2.5	巩固训练	(76)
2.6	评价与总结	(76)
2.6.1	综合评价	(76)
2.6.2	工作总结	(76)
工作任务 3 域名管理, 发布与验收网站		(77)
3.1	任务分析	(77)
3.2	业务咨询	(77)
3.2.1	域名知识	(77)
3.2.2	网站空间知识	(78)
3.2.3	网站发布方法	(79)
3.2.4	网站验收的方法	(79)
3.3	实践操作	(80)
3.3.1	注册免费域名, 申请免费网站空间	(80)
3.3.2	发布网站	(81)
3.3.3	审查与验收网站, 交付签字	(84)
3.4	技能拓展	(85)
3.5	巩固训练	(86)
3.6	评价与总结	(86)
3.6.1	综合评价	(86)
3.6.2	工作总结	(86)
工作任务 4 开拓市场, 运营与推广网站		(87)
4.1	任务分析	(87)
4.2	业务咨询	(87)
4.2.1	网站运营管理范围	(87)
4.2.2	网站优化与搜索引擎优化	(88)
4.2.3	关键字优化策略	(88)
4.2.4	登录搜索引擎优化策略	(89)
4.2.5	网站宣传推广	(90)
4.2.6	线下推广策略	(90)
4.2.7	网站完善与维护	(90)
4.3	实践操作	(91)
4.3.1	依据合同, 协商运营推广细则	(91)
4.3.2	搜索引擎营销, 优化网站	(91)
4.3.3	策划商业活动, 推广网站	(94)
4.3.4	保障网站运行, 维护网站	(95)
4.4	技能拓展	(96)
4.5	巩固训练	(96)
4.6	评价与总结	(96)
4.6.1	综合评价	(96)
4.6.2	工作总结	(96)

学习情境 2 科源公司营销网站..... (98)

工作任务 5 确定目标, 策划与分析网站..... (98)

5.1 任务分析..... (98)

5.2 业务咨询..... (99)

5.2.1 网络调研策略..... (99)

5.2.2 产品策略..... (100)

5.2.3 价格策略..... (101)

5.2.4 网络渠道策略..... (101)

5.3 实践操作..... (102)

5.3.1 调查网站建设基本要求, 策划网站..... (102)

5.3.2 签订网站建设合同, 完成网站需求分析说明书..... (104)

5.3.3 收集网站资料, 规划网站建设的资源和进度..... (107)

5.4 技能拓展..... (110)

5.5 巩固训练..... (110)

5.6 评价与总结..... (111)

5.6.1 综合评价..... (111)

5.6.2 工作总结..... (111)

工作任务 6 分析需求, 设计与制作网站..... (112)

6.1 任务分析..... (112)

6.2 业务咨询..... (112)

6.2.1 版面设计技巧..... (112)

6.2.2 字体设计技巧..... (113)

6.2.3 导航设计技巧..... (116)

6.2.4 色彩设计技巧..... (118)

6.2.5 Dreamweaver 简介..... (120)

6.2.6 CSS (级联样式表) 技术..... (121)

6.2.7 客户端 JavaScript 技术..... (128)

6.2.8 Access 简介..... (130)

6.2.9 ASP 动态网页技术..... (131)

6.2.10 ASP 程序测试..... (133)

6.3 实践操作..... (133)

6.3.1 分析网站需求, 完成网站设计说明书..... (133)

6.3.2 确立网站结构, 收集整理素材和资料..... (137)

6.3.3 分析网站构图设计, 制作网站图像..... (138)

6.3.4 依据网站功能设计, 使用 Dreamweaver 制作网页..... (144)

6.3.5 创建 Access 数据库, 制作 ASP 网页..... (157)

6.3.6 搭建测试环境, 测试网站..... (169)

6.4 技能拓展..... (173)

6.5 巩固训练..... (174)

6.6 评价与总结..... (174)

6.6.1 综合评价..... (174)

6.6.2	工作总结	(175)
工作任务 7	域名管理, 发布与验收网站	(176)
7.1	任务分析	(176)
7.2	业务咨询	(176)
7.2.1	域名选择技巧	(176)
7.2.2	网站空间选择技巧	(177)
7.2.3	网站备案知识	(178)
7.3	实践操作	(178)
7.3.1	注册域名, 申请付费虚拟空间	(178)
7.3.2	网站备案, 发布网站	(181)
7.3.3	审查与验收网站, 交付签字	(187)
7.4	技能拓展	(187)
7.5	巩固训练	(187)
7.6	评价与总结	(188)
7.6.1	综合评价	(188)
7.6.2	工作总结	(188)
工作任务 8	开拓市场, 运营与推广网站	(189)
8.1	任务分析	(189)
8.2	业务咨询	(189)
8.2.1	网页结构优化	(189)
8.2.2	网站结构优化	(190)
8.2.3	链接优化策略	(190)
8.2.4	代码优化策略	(191)
8.2.5	搜索引擎优化工具	(192)
8.2.6	搜索引擎优化禁忌	(192)
8.3	实践操作	(193)
8.3.1	依据合同, 协商运营推广细则	(193)
8.3.2	搜索引擎营销, 优化网站	(193)
8.3.3	策划商业活动, 推广网站	(200)
8.3.4	保障网站运行, 维护网站	(201)
8.4	技能扩展	(202)
8.5	巩固训练	(202)
8.6	评价与总结	(202)
8.6.1	综合评价	(202)
8.6.2	工作总结	(203)
学习情境 3	科源公司商务网站	(204)
工作任务 9	确定目标, 策划与分析网站	(204)
9.1	任务分析	(204)
9.2	业务咨询	(204)
9.2.1	企业竞争策略	(205)
9.2.2	顾客关系营销策略	(205)

9.3	实践操作	(207)
9.3.1	调查网站建设基本要求, 策划网站	(207)
9.3.2	签订网站建设合同, 完成网站需求分析说明书	(208)
9.3.3	收集网站资料, 规划网站建设的资源和进度	(210)
9.4	技能拓展	(211)
9.5	巩固训练	(211)
9.6	评价与总结	(211)
9.6.1	综合评价	(211)
9.6.2	工作总结	(212)
工作任务 10	分析需求, 设计与制作网站	(213)
10.1	任务分析	(213)
10.2	业务咨询	(213)
10.2.1	网站的风格和创意设计	(214)
10.2.2	DIV+CSS 网页布局技术	(215)
10.2.3	Flash 简介	(217)
10.2.4	网站性能与安全测试	(217)
10.3	实践操作	(218)
10.3.1	分析网站需求, 完成网站设计说明书	(218)
10.3.2	确立网站结构, 收集整理素材和资料	(222)
10.3.3	分析网站构图设计, 制作网站图像和动画	(222)
10.3.4	依据网站功能设计, 使用 DIV+CSS 技术制作网页	(232)
10.3.5	创建 ACCESS 数据库, 制作 ASP 网页	(245)
10.3.6	下载论坛源码, 分析和修改 ASP 论坛	(251)
10.3.7	搭建测试环境, 测试网站	(253)
10.4	技能拓展	(257)
10.5	巩固训练	(257)
10.6	评价与总结	(257)
10.6.1	综合评价	(257)
10.6.2	工作总结	(258)
工作任务 11	域名管理, 发布与验收网站	(259)
11.1	任务分析	(259)
11.2	业务咨询	(259)
11.2.1	自建 Web 服务器	(259)
11.2.2	互联网接入	(261)
11.3	实践操作	(262)
11.3.1	自建服务器, 绑定原有域名	(262)
11.3.2	发布网站, 重新备案	(262)
11.3.3	审查与测试网站, 交付签字	(262)
11.4	技能拓展	(264)
11.5	巩固训练	(264)
11.6	评价与总结	(264)

11.6.1	综合评价	(264)
11.6.2	工作总结	(265)
工作任务 12	开拓市场, 运营与推广网站	(266)
12.1	任务分析	(266)
12.2	业务咨询	(266)
12.2.1	竞价排名	(266)
12.2.2	网站运营监控	(267)
12.2.3	网络沟通	(267)
12.3.4	网站常见故障	(268)
12.3.5	网站安全问题	(269)
12.3	实践操作	(269)
12.3.1	协商网站运营推广的协助与培训细则	(269)
12.3.2	搜索引擎营销, 优化网站	(270)
12.3.3	策划商业活动, 推广网站	(271)
12.3.4	保障网站运行, 维护网站	(272)
12.4	技能拓展	(273)
12.5	巩固训练	(273)
12.6	评价与总结	(273)
12.6.1	综合评价	(273)
12.6.2	工作总结	(274)
附录 A	HTML 常用标记和属性	(275)
附录 B	CSS 常用属性和值	(285)
附录 C	JavaScript 的基本语法	(292)
附录 D	平面构成和色彩构成知识	(295)
附录 E	网页制作技能培训和鉴定标准 (全国计算机高新技术考试)	(301)
附录 F	网站工作岗位技能要求一览表	(305)
参考文献		(307)

学习情境 1 科源公司宣传网站

科源信息技术有限公司成立于 2006 年，位于高校园区附近，客户以在校大学生为主，属于创业初期的小型公司。由于公司刚起步，主要经营联想计算机及常用外设，也为客户提供基本的电脑维修服务，业务范围单一，商品类别少，业务量较小，在社会上缺乏名气。公司为了扩大影响，树立品牌，拟建立一个网站来加强对外宣传，扩展营销范围。经过业界咨询，确定了网站建设目标为建立网络品牌，尝试开展网络营销；网站的主要内容包括公司介绍、电脑及外设产品介绍、维修服务介绍，并辅以计算机应用与维护基础知识来吸引访客。

工作任务 1 确定目标，策划与分析网站

1.1 任务分析

1. 任务描述

- (1) 调查企业在网站建设方面的基本要求，经过双方协商，完成网站策划。
- (2) 达成网站制作意向，签订网站制作合同，双方深入交流，进一步明确建站的需求，完成网站需求分析说明书。
- (3) 为网站设计的制作收集所需资料，根据合同和需求分析说明书进行资源分配与进度规划。

2. 任务实施流程

任务实施流程如图 1-1 所示。

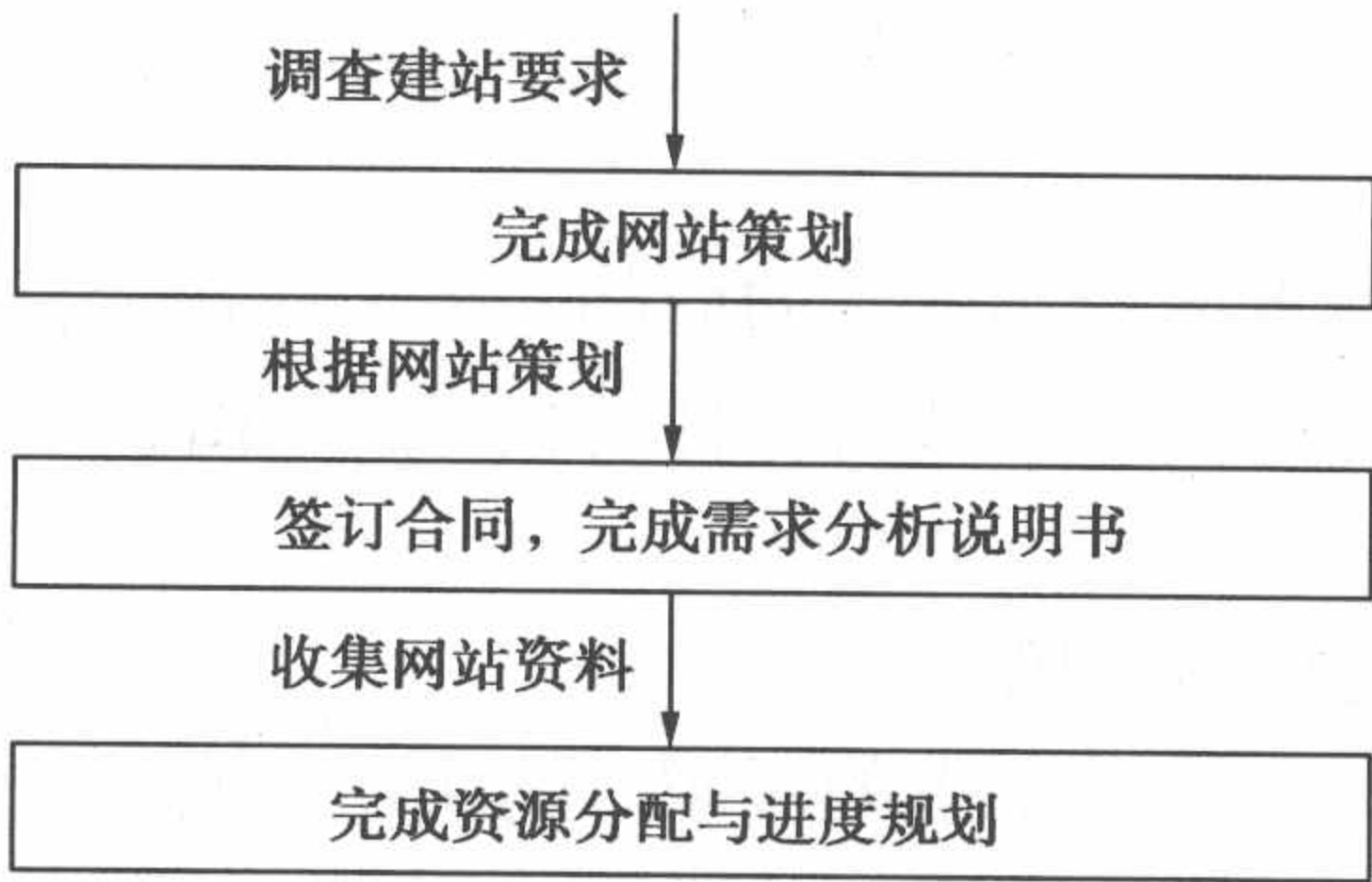


图 1-1 任务流程图

1.2 业务咨询

这部分介绍网络营销、电子商务的基础知识，建设商务网站的基础性准备工作及结果要求，为学习者完成工作任务 1 做准备。

1.2.1 网络营销

通俗地讲,网络营销就是以互联网为主要手段开展的营销活动。组织或个人可基于开放便捷的互联网络,对其产品、服务进行一系列经营活动,从而达到满足组织或个人需求的全过程。因此网络营销可定义为通过有效地利用计算机网络技术,最大限度地满足顾客需求,以达到开拓市场、增加盈利能力、实现企业市场目标的过程。

企业要有效开展网络营销,必须完成以下工作。

1. 分析网络营销环境

分析网络营销环境一般考虑其微观环境。所谓微观环境是指由企业内部环境、供应者、营销中介、顾客、竞争者等要素组成的统一体,它直接影响着企业为顾客服务的能力。分析网络营销环境时重点考察顾客和竞争者两要素。

(1) 顾客。在消费时根据自己的实际需要及产品价格,合理选择消费层次,追求消费过程中的方便与享受。喜欢查看新产品的资讯,是新产品的潜在消费者,但没有耐心进行信息筛选,因此需要将相关资讯直接呈现。

(2) 竞争者。竞争是商品经济活动的必然规律。在开展网上营销的过程中,不可避免地要碰到业务与自己相同或相近的竞争对手。了解目标市场上的竞争者及其策略,力求扬长避短,发挥优势,抓住有利时机,开辟新的市场。

2. 分析网络消费者行为

营销者一直把探明营销刺激和消费者反应之间的关系作为获取竞争优势的途径。如果能够掌握消费者对不同产品特点、价格、广告要求等反应的企业,就比竞争者拥有更大的竞争优势。

(1) 常规反应行为:消费者已熟知商品特性和各种主要品牌,并在各品牌中有明显的偏好,多为价值低、次数频的商品消费。营销策略是尽量保持质量和价格稳定,留住现有顾客;同时,宣传自己品牌较其他品牌具有优越性的方面,吸引其他品牌的顾客。

(2) 有限解决问题:消费者熟悉某一类商品,但对某一新型号尚不熟悉,这就需要进一步了解情况,解决有关这个新型号的问题。营销策略是通过各种促销手段,加强信息传递,增强消费者对新产品的认识 and 信心。

(3) 广泛解决问题:消费者面对不熟悉的商品,需要解决该商品在品牌、型号、性能等方面一切问题。营销策略是全面提供该产品的各种资讯,满足潜在消费者搜集信息和评估产品的需求,促使消费者做出购买决策。

3. 细分网络市场、确定目标市场

企业通过调查研究,依据网络消费者的需求、购买动机与习惯爱好的差异性,把网络市场划分为不同类型的消费群体,每个消费群体就成了企业的一个细分市场。然后按以下策略确定目标市场。

(1) 无差别性市场策略:就是企业把整个市场作为自己的目标市场,只考虑市场需求的共性,而不考虑其差异,运用一种产品、一种价格、一种推销方法,吸引可能多的消费者。

(2) 差别性市场策略:就是把整个市场细分为若干子市场,针对不同的子市场,设计不同的产品,制定不同的营销策略,满足不同的消费需求。

(3) 集中性市场策略:是在细分后的市场上,选择两个或少数几个细分市场作为目标市场,实行专业化生产和销售。在个别少数市场上发挥优势,提高市场占有率。

4. 分析与预测市场需求

市场需求分析与预测是在营销调研的基础上, 运用科学的理论和方法, 对未来一定时期的市场需求量及影响需求诸多因素进行分析研究, 寻找市场需求发展变化的规律, 为营销管理人员提供未来市场需求的预测性信息。市场需求分析与预测的方法有两种。

(1) 定性预测方法: 指通过社会调查, 采用少量的数据和直观材料, 结合人们的经验加以综合分析, 做出判断和预测, 它是以市场调研为基础的经验判断法。

(2) 定量预测方法: 依据市场调查所得的比较完备的统计资料, 运用数学, 特别是数理统计方法, 建立数学模型, 用以预测经济现象未来数量表现方法的总称。运用定量预测方法, 一般需要大量的统计资料和先进的计算手段。

1.2.2 电子商务及电子商务网站

1. 电子商务

通俗地说, 电子商务是主要利用互联网从事商务活动的商业活动。具体地说, 电子商务是在技术、经济高度发达的现代社会里, 掌握信息技术和商务规则的人, 系统化地运用电子工具, 高效率、低成本地从事以商品交换为中心的各种活动的总称。

电子商务强调的是交易方式和交易过程各个环节的电子化, 而网络营销注重的是以互联网为主要手段的营销活动。二者的侧重点有所不同, 但现在都以互联网为其实现平台, 可以说网络营销是电子商务的重要组成部分, 网络营销是电子商务的基础。

2. 电子商务网站

电子商务网站是企业为开展电子商务而建立的企业网站, 网站作为企业的网络门户, 能不能留住客户, 能不能帮助企业赚钱, 关键看网站是否能够很好地发挥网络营销的作用。因此对于电子商务网站而言, 一定要从网络营销的角度来设计, 还要符合搜索引擎的抓取规则, 更要方便客户浏览。电子商务网站的建设一般具有阶段性。

(1) 公司宣传网站。作为电子商务网站建设的初级阶段, 其版面布局和功能设计一般都很简单, 通常只介绍公司的基本信息, 如公司简介、产品介绍及联系方式等。企业通过网站向客户单向传递信息, 起着广告宣传的作用。但它是企业进入电子商务的第一步, 也能为企业带来商机, 开辟全新的市场。

(2) 公司营销网站。作为电子商务网站建设的中级阶段, 可以将企业与其顾客双向联系起来, 实现信息的实时交流、网上订购, 可有效提高企业的营销效果。企业还能通过市场调研, 为管理层的决策提供及时准确的信息, 从而使决策更科学合理。

(3) 公司商务网站。作为电子商务网站建设的高级阶段, 能够完成在线交易, 乃至按需生产, 最大限度地提高企业的运行效率。真正实现“以客户为中心”的现代企业经营理念, 最大限度地提高客户的满意度和忠诚度, 从而使企业在激烈的市场竞争中立于不败之地。

3. 电子商务网站的营销目标

(1) 树立网络品牌。建立网站的目的首先要在互联网上建立并推广企业的品牌, 不仅知名企业的网下品牌可以在网上得以延伸, 一般企业则可以通过网站快速树立品牌形象, 并提升企业整体形象。

(2) 推广网址。建立网站之后, 网址推广显得更为迫切和重要, 网站所有功能的发挥都要一定的访问量为基础, 甚至有人认为网络营销就是网址推广。

(3) 发布信息。网站是一种信息载体, 发布信息是网站的基本职能, 也是网络营销的基本

职能。所以也可以这样理解：无论哪种网络营销方式，结果都是将一定的信息传递给目标人群，包括顾客/潜在顾客、媒体、合作伙伴、竞争者等。

(4) 促进销售。建立网站的基本目的是为增加销售提供帮助，网站内容都直接或间接与促进销售有关，但促进销售并不局限于促进网上销售，事实上，在很多情况下对于网下销售也有促进作用。

(5) 拓展销售渠道。一个具备网上交易功能的企业网站本身就是一个网上交易场所，网上销售是企业销售渠道在网上的延伸，网上销售渠道建设也不限于网站本身，还包括建立在综合电子商务平台上的网上商店，以及与其他电子商务网站不同形式的合作等。

(6) 服务顾客。网站应当提供更加方便的在线客户服务措施，从形式最简单的 FAQ（常见问题解答），到邮件列表以及 BBS、聊天室等各种即时信息服务，客户服务质量对于网络营销效果具有重要影响。

(7) 维系客户关系。良好的客户关系是网络营销取得成效的必要条件，通过网站的交互性、客户参与等方式开展客户服务，同时也增进了客户关系。

(8) 开展网上调研。可通过在线调查表或者电子邮件等方式完成网上市场调研，网上调研具有效率高、成本低的特点，企业可开展经常性的市场调研，为调整企业经营提供依据。

4. 电子商务网站的建站要求

不少企业将网站外包给网络公司承建，由于部分网络公司的业务人员基本没有网络营销经验，甚至没有营销的基本理念，不清楚企业建设网站的真正目的，多数是从美观的角度来设计，结果只是一个形象展示网站，不是真正意义的电子商务网站。企业建设电子商务网站必须由专业网络营销人员策划，从域名、空间、结构、功能、内容等都需要周密地安排，只有完全从网络营销的角度设计企业网站，才能建设真正的电子商务网站。

1.2.3 网站策划过程

网站策划是一项比较专业的工作，包括了解客户需求、客户评估、网站功能设计、网站结构规划、页面设计、内容编辑、《网站调研报告》撰写、网站系统软硬件配置方案的提供，相关技术资料和文字资料的整理。

1. 建设网站前的市场分析

主要分析相关行业市场的形势、特点以及能否在互联网上开展公司业务；分析市场主要竞争对手；分析竞争对手网站情况及其网站规划、功能、作用；分析销售的区域性与潜在性，分析挖掘市场的有利条件；分析消费层次及消费特征，根据不同群体的消费层次和不同的消费需求有的放矢地销售产品；分析公司自身条件、公司概况、市场优势，从而知道可以利用网站提升哪方面竞争力。

2. 建设网站目的及功能定位

建立网站的目的：宣传公司、产品营销、电子商务、行业性网站。建设网站是企业的需要还是市场开拓的延伸；网站的近期目标和长期目标是什么，根据公司的需要和计划，确定网站的功能，并且根据网站功能确定网站应达到的目的、网站的内容和网站的可扩展性等。

3. 网站规模

网站规模应按网站建设目标确定，如果网站作为一个沟通服务工具，只是面向现实和潜在的客户则为小规模，如果需要通过访问量维持生存则需要大规模。也可以分步骤由小到大，并根据建设网站的能力（如费用、技术、人力等）进行选择。

4. 网站目标受众

网站存在的意义在于客户和潜在客户的来访, 不同的客户群有不同的爱好和行为方式。有明确的目标服务领域和服务的客户群后, 才能根据客户群的需求和行为特征(尤其是在互联网上的行为特征)提供他们所需要的内容。

5. 网站特色

为什么人们会来访问这个网站? 网站定位是塑造网站(和竞争者网站相比)与众不同的特征, 并将其传递给目标客户, 使目标客户接受并产生偏好的过程, 使目标客户认识网站有别于其他网站的特色, 确定以何种方式吸引访问者, 给访问者下次访问网站一个特殊理由。网站特色的定位分为长期定位和短期定位, 分三个阶段进行: 明确竞争优势、选择竞争优势、展现竞争优势。具体要求为提供个性化客户服务、使用能体现网站理念和行为的域名、网站响应及时快捷、引导浏览者参与的交互能力。

6. 网站运营推广模式

网站的运营模式需要考虑的因素包括: 如何推广网站以吸引客户的访问; 如何取得网站的收益以维持网站运行或发展(服务于企业产品销售和服务的网站可从企业获得所需经费); 如何管理网站, 既可以选择全部由企业自己来做, 也可以委托给专业服务公司, 但要给出要求和原则。

1.2.4 网站需求分析

项目是以客户的需求为中心, 而不是因为技术迁就需求。因此撰写用户需求分析说明书并能让用户清楚了解需求分析说明书是非常重要的。

需求分析活动是与客户交流, 正确引导客户将自己的实际需求用较为适当的技术语言进行表达(或者由相关技术人员帮助表达)以明确项目目标的过程。这个过程中也同时包含了对要建立的网站基本功能或模块的确立、策划活动。

1. 需求分析的必要性

对于一个需求不明确的项目, 对于开发人员来说是难以实现的, 而技术人员设计的产品也得不到客户的认可, 甚至发生纠纷的情况, 因此参与项目开发的人员都应该对需求有统一清晰的认识, 并根据自己的工作对需求分析提出意见; 通过与客户的沟通修订, 最终确定项目实现的目标。项目小组每个成员、客户的参与是必要的, 并进行共同的讨论, 达成一致的意见。

2. 需求调查的内容

需求分析的工作中, 往往有很多不明确的用户需求, 项目负责人需要调查用户的实际情况, 明确用户需求。调查的内容包括: 网站当前以及短期可能出现的功能需求; 客户对网站的性能(如访问速度)的要求和可靠性的要求; 确定网站维护的要求; 网站的实际运行环境; 网站页面总体风格以及美工效果; 主页面和次级页面数量; 是否需要多种语言版本等; 内容管理及录入任务的分配; 各种页面特殊效果及其数量; 项目完成时间及进度。

(1) 让客户列出所有需求。让客户将所有的想法尽可能阐述清楚, 并把所有的要求罗列出来, 不要遗漏。不要害怕引起客户的潜在需求而增加设计开发的工作量, 避免被客户后期不断的需求变更拖入泥潭。要求客户把问题和要求一一罗列出来, 并将用户最原始、最完整的要求准确地记录下来。

(2) 挖掘客户的潜在需求。很多情况下客户并非专业人士, 客户对需求的概念往往很模糊, 大多时候给出的需求都是笼统而且尺度难以控制的, 因此业务人员要能够根据客户的描述帮助