

<<网络营销实用教程>>

图书基本信息

书名：<<网络营销实用教程>>

13位ISBN编号：9787111298304

10位ISBN编号：7111298306

出版时间：2010-3

出版时间：机械工业出版社

作者：周贺来 编

页数：268

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<网络营销实用教程>>

前言

随着互联网的发展,网络已渗透到经济活动的各个方面,网络经济已成为当代经济的重要组成部分。网络营销是将互联网作为主要工具的营销方式,是企业整体营销战略的重要组成部分,它是企业为实现总体经营目标而进行的,以互联网为基本手段,营造网上经营环境,实施各种营销策略的一种活动,是网络时代一种新型的营销方式。

网络营销也是网络经济活动中的一项重要内容,是电子商务发展过程中的一个重要方面。

在我国,随着网络企业和成熟网民的急剧增加,网络市场也将变得越来越大。

在这种情况下,相关企业已不能仅仅将传统的市场营销策略和市场竞争战略照搬到网络市场中来,它们必须要用全新的思维、全新的理念、全新的方法在网络市场中开展营销活动。

随着网络、通信、IT技术的发展和人们消费观念的变化,新的营销理念、营销手段层出不穷,如搜索引擎营销、邮件列表营销、数据库营销、E-mail营销、网站推广、网络公关、网络客户关系管理等。

作为网络时代的商贸和营销人才,必须要学习一些网络营销的相关知识,了解各种网络营销工具的应用方法,掌握网络营销组合的应用策略,才能适应网络社会对人才的要求。

鉴于以上情况,目前“网络营销”已经是市场营销、电子商务、国际贸易,以及其他财经管理类专业的一门技能性很强的应用型课程。

为了体现上述原则,我们从高职高专院校的教育要求出发,以网络营销组合的相关要素为线索,以网络营销的原则、方法、策略和技巧为核心,编写了本教材,力求全面、实用、系统而真实地反映网络营销的实务内容。

本书既有理论讲解又有案例介绍,既介绍了国内企业网络营销的现状、问题与相关技术,也介绍了电子商务发达国家的网络营销情况和发展趋势。

本书由周贺来主编,负责拟定编写大纲及本书的整体策划和统稿、定稿工作;王鹏编写第1章,胡伟编写第2章,谢学军编写第3章,刘辉编写第4章,王雪莲编写第5章,单珊编写第6章,刘卫伟和王永政编写第7章,李国英编写第8章,周贺来编写第9~10章,李志民编写第11章;杨利红对本书的图表进行了加工处理。

本书在编写过程中,参考了许多专家的文献资料,在此对这些资料的作者及提供参考资料的同仁们表示衷心的感谢!

由于编者水平有限,书中难免有错误或不当之处,敬请读者批评指正。

<<网络营销实用教程>>

内容概要

本书全面介绍了网络营销的基本理论，网络市场与消费者行为分析，网络营销市场调研，网络营销的产品策略、定价策略、渠道策略、促销策略、公关策略、服务策略，网络营销活动的分析、管理与控制等内容；最后一章是网络营销模式及实例分析。

本书是专为高职高专院校电子商务、市场营销、国际贸易、工商管理、企业管理以及其他与财经管理相关专业学生编写的一本网络营销方面的实用性教材，既可作为这些专业开设网络营销课程的教学用书，也可作为各类相关培训学校的培训教材，以及相关企业对员工进行网络营销知识内部培训的辅导用书。

<<网络营销实用教程>>

书籍目录

前言	第1章 网络营销概述	引例——真维斯经营的网上“休闲王国”	1.1 网络营销的基本概念
1.1.1 网络营销的产生	1.1.2 网络营销的含义	1.1.3 网络营销的职能	1.1.4 网络营销的特点
1.1.5 网络营销的类型	1.2 网络营销与传统营销	1.2.1 网络营销与传统营销的关系	1.2.2 网络营销对传统营销的影响
1.2.3 网络营销与传统营销的整合	1.3 网络营销系统的内容	1.3.1 网络营销系统的组成	1.3.2 网络营销系统的功能
1.3.3 网络营销系统的平台	1.4 网络营销的服务方式	1.4.1 利用Web网站进行网络营销	1.4.2 利用电子邮件进行网络营销
1.4.3 借助电子公告牌系统进行网络营销	1.4.4 利用网络社区开展网络营销	1.5 案例与讨论	1.5.1 家居企业纷纷开始涉足网络营销
1.5.2 分享此刻, 分享生活: 柯达的网上营销	1.5.3 世界童车大王“好孩子”的网络营销	1.6 小结	1.7 思考与实践
第2章 网络市场与消费行为	引例——个性化市场细分: 网络营销的方向	2.1 网络市场的基本知识	2.1.1 网络市场的发展
2.1.2 网络市场的特点	2.1.3 网络市场的要素	2.2 网络市场的细分与定位	2.2.1 网络营销市场的细分
2.2.2 网络目标市场的选择	2.2.3 网络目标市场的定位	2.3 网络消费者购买行为分析	2.3.1 网络消费人员的分析
2.3.2 网络消费需求的特点	2.3.3 网络消费者购买的特征	2.4 网络消费者购买过程分析	2.4.1 网络消费者的购买过程
2.4.2 网络消费者购买行为的类型	2.4.3 影响网络消费者购买决策的因素	2.5 案例与讨论	2.5.1 八佰拜时尚礼品网的网络目标市场选择
2.5.2 云南国际探险旅行社的网络营销市场定位	2.6 小结	2.7 思考与实践	第3章 网络营销市场调研
引例——专业化网络调查浮出水面	3.1 网络市场调研的含义与特点	3.1.1 网络市场调研的含义	3.1.2 网络市场调研的内容
3.1.3 网络市场调研的特点	3.2 网络市场调研的流程与方法	3.2.1 网络市场调研的流程	3.2.2 网络市场调研的方法
3.2.3 网络市场调研的策略	3.3 网络直接调研实务	3.3.1 网络直接调研的步骤	3.3.2 网络调查问卷的设计
3.3.3 网络直接调研的注意事项	3.3.4 网上直接调研的主要技术	3.4 网络间接调研实务	3.4.1 网络间接调研的信息来源
3.4.2 网络间接调研的主要做法	3.4.3 网上信息收集的实务操作	3.5 案例与讨论	3.5.1 安徽特酒集团网络营销的市场调研
3.5.2 第24次中国互联网发展状况调查方法	3.6 小结	3.7 思考与实践	第4章 网络营销的产品策略
第5章 网络营销的定价策略	第6章 网络营销的渠道策略	第7章 网络营销的促销策略	第8章 网络营销的公关策略
第9章 网络营销服务策略	第10章 网络营销的分析、管理与控制	第11章 网络营销模式及其实例分析	参考文献

章节摘录

插图：3.网络营销产生的现实基础激烈的竞争是网络营销产生的现实基础。

随着市场竞争的日益白热化，为了在竞争中占有优势，各家企业都使出了浑身解数，以便吸引客户；然而，传统的营销方法大多已经很难使企业在竞争中出奇制胜。

市场竞争已不再是表层的营销手段的竞争，而是逐步演化为更深层次上的经营组织形式的竞争。

经营者迫切需要用更深层次的方法和理念来武装自己，以尽可能地降低商品在从生产到销售的整个供应链上所占用的成本和费用比例，缩短运作周期。

网络营销的产生，给企业的经营者带来了新的理念与创业天地。

企业开展网络营销，可以节约昂贵的店面租金，减少库存商品资金占用，使经营规模不受场地限制，还可以非常方便地采集与反馈客户信息等。

所有这都可以从根本上增强企业的竞争优势。

1.1.2 网络营销的含义“网络营销”一词，目前尚无一个公认的、完善的定义。

在不同的发展时期，不同背景的人员，曾经从多个不同的角度，对网络营销的含义有过不同的认识。

另外，网络营销的外部环境也在不断变化，各种网络营销新模式不断出现，再加上网络营销涉及多个学科的知识，所以要想为“网络营销”下一个统一的定义确实比较困难。

过去，人们大多是从网络营销的内容和形式上来认识它。

例如，有些人将网络营销等同于在网上销售产品；另一些人则把域名注册、网站建设这些基础网络服务内容认为是网络营销；还有一些人认为网络营销就是指网站推广活动。

应该说，上述观点都从某一方面反映出了网络营销的部分内容，但是它们都没有完整地表达出来网络营销的全部内涵。

广义地讲，凡是通过互联网方式，来实现企业市场营销目标，并能更好地满足顾客需求（包括精神的和物质的）的营销活动，都可以称为网络营销。

要正确理解网络营销的含义，必须清楚地认识到以下几点内容：（1）网络营销不是网上销售。

网络营销是为实现网上销售目的而进行的一项基本活动，但网络营销本身并不等于网上销售。

因为网络营销的效果可能表现在多个方面，如企业品牌价值的提升等。

它并不一定能实现网上直接销售的目的，但可能增加总的销售。

另外，网上销售的推广手段也不仅仅靠网络营销，可能还需要借助许多传统的手段。

（2）网络营销离不开现代信息技术。

网络营销是借助互联网络、电脑通信和数字交互式媒体进行的营销活动，它主要是随着信息技术、通信卫星技术、电子表交易与支付手段的发展，尤其是国际互联网的出现而产生的，并将随着信息技术的发展而进一步发展。

（3）网络营销并不仅限于网上，更不是仅仅有了网站就算大功告成。

一个完整的网络营销方案，除了在网上做推广之外，还很有必要利用传统营销方法进行网下的推广。

（4）网络营销是企业整体营销战略的组成部分。

网络营销是企业以现代营销理论为基础，利用互联网技术，最大限度地满足客户的需求和欲望，以达到培养顾客忠诚度、开拓新市场和减少营销成本的一种新型营销方式。

它是企业整体营销战略的一个重要组成部分，是建立在互联网基础之上、借助于互联网来实现一定营销目标的一种营销手段。

<<网络营销实用教程>>

编辑推荐

《网络营销实用教程》：21世纪高职高专财经类专业规划教材

<<网络营销实用教程>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>