

<<网络零售整合营销>>

图书基本信息

书名：<<网络零售整合营销>>

13位ISBN编号：9787302289135

10位ISBN编号：7302289131

出版时间：2012-6

出版时间：清华大学出版社

作者：沈红兵

页数：276

字数：392000

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>

<<网络零售整合营销>>

内容概要

本书通过还原网络零售交易的实际发生过程，按照“平台营销 注册营销 搜索营销 品类管理营销 展示营销 IM营销 价格营销 支付营销 物流营销 信用营销 促销 CRM营销”的链条依次展开，详细介绍了网络零售交易中常用的各种基于互联网的工具、方式、渠道和技巧。这一链条构成了网络零售整合营销完整系统的逻辑整体，简称为网络零售整合营销12ERM理论。

本书内容丰富实用，集文字、图表、模型、数据、案例于一身，适合各类高等院校经济管理类相关专业大专及以上层次学生学习使用，也适合作为网络零售交易平台运营商或独立零售网站工作人员的工具书；同时适合希望开设网店创业致富或对网络零售感兴趣的各类机构和相关人士参考使用。

作者简介

沈红兵，重庆工商大学经济贸易学院教授、经济学博士、网络零售学与网络零售整合营销联合创始人、中国电子商务职业经理人认证课程讲师团成员、中国第一届互联网治理与网规大会出席人、中国最大创业服务交易平台“猪八戒网”咨询专家组成员、中小企业网上生意经“亿邦动力网”专栏作家、重庆百乐购网络科技有限公司总经理、重庆本地最大团购网站“美廉团购网”独立董事、淘宝网最大男装网店之一“重庆康乐百货有限公司”高级顾问、重庆工商大学MBA总裁班网络零售与营销、电子支付专家、重庆渝中区电子商务培训中心讲师、电子商务及供应链系统重庆市重点实验室网络零售与支付研究所所长、长江上游经济研究中心兼职研究员、重庆市级重点学科“零售学”教学团队核心成员、中国工业经济学会会员、中国商业经济学会会员。

<<网络零售整合营销>>

书籍目录

第一章 网络零售整合营销导论

第一节 网络零售整合营销概述

- 一、网络零售整合营销的研究对象
- 二、网络零售整合营销的研究意义

第二节 网络零售整合营销理论体系

- 一、网络零售交易模型
- 二、本书的整体框架

第二章 平台营销

第一节 网络零售产业概况

- 一、中国网络零售产业
- 二、美国网络零售产业

第二节 网络零售平台（网站）营销

- 一、中国主要网络零售平台（网站）营销
- 二、中国主要网络零售平台（网站）营销模式比较

第三节 网货分类营销

- 一、网货分类营销概况
- 二、有形网货营销
- 三、非实物网货营销
- 四、创意网货营销

第三章 注册营销

第一节 网络零售注册理论

- 一、网络零售交易注册
- 二、网络零售交易注册效用

第二节 网络零售买家注册营销方法与技巧

- 一、“免”注册方法与技巧
- 二、“赚”注册方法与技巧
- 三、“易”注册方法与技巧
- 四、“快”注册方法与技巧
- 五、“多”注册方法与技巧

第四章 搜索营销

第一节 网络零售搜索营销理论

- 一、搜索引擎营销概述
- 二、网络零售搜索引擎营销原理
- 三、网络零售搜索引擎优化
- 四、网络零售搜索引擎的最新发展

第二节 网络零售搜索营销的方法与技巧

- 一、网络零售平台（网站）搜索营销的方法
- 二、网店SEO的方法与技巧
- 三、图片SEO的方法与技巧
- 四、关键词SEO的方法与技巧
- 五、长尾关键词SEO的方法与技巧

第三节 网络零售搜索营销工具与应用

- 一、追词助手
- 二、淘宝关键词挖掘工具
- 三、SEO Booster PRO

<<网络零售整合营销>>

第五章 品类管理营销

第一节 网货品类管理营销理论

- 一、品类管理营销概述
- 二、网货品类管理营销

第二节 网货品类选配方法与技巧

- 一、网货品类优化及方法
- 二、网货单品营销的方法与技巧

第三节 网货品类管理工具与运用

- 一、网店管家软件
- 二、E店宝ERP软件
- 三、淘宝助理软件
- 四、数据魔方软件
- 五、情报通软件

第六章 展示营销

第一节 网货陈列展示理论

- 一、人体感觉器官
- 二、传统与网络零售中的人体感受器
- 三、网络零售中的人体视觉
- 四、网络零售视觉营销运用

第二节 网货陈列展示方法与技巧

- 一、网货陈列展示方法
- 二、网店页面各区域展示主元素
- 三、陈列展示内容排列顺序
- 四、网货个体展示
- 五、主题活动展示
- 六、关联推荐展示

第三节 网货陈列展示工具与运用

- 一、nEOiMAGING (光影魔术师)
- 二、Photoshop (PS)
- 三、其他网货陈列展示常用工具软件
- 四、网货陈列展示素材积累

第七章 IM营销

第一节 IM营销理论

- 一、IM简介
- 二、中国IM市场
- 三、IM营销优势
- 四、IM营销需求与表现形式
- 五、IM营销发展

第二节 IM营销的技巧与方法

- 一、QQ营销的方法与技巧
- 二、阿里旺旺营销的方法与技巧

第三节 IM营销工具与应用

- 一、阿里旺旺
- 二、阿里旺旺营销业务助手
- 三、IM伴侣软件

第八章 价格营销

第一节 网货价格营销理论

<<网络零售整合营销>>

- 一、网货价格营销的内涵
- 二、网货价格营销的特点
- 三、网货定价研究
- 第二节 网货价格营销方法与技巧
 - 一、网络零售基本定价策略
 - 二、定价方法
 - 三、网络零售定价技巧
 - 四、网络零售调价策略
- 第三节 网货价格营销工具与运用
- 第九章 支付营销
 - 第一节 支付营销理论
 - 一、支付原理
 - 二、网络零售支付方式
 - 三、纸币支付与电子支付
 - 第二节 支付营销方法与技巧
 - 一、支付担保营销：第三方支付
 - 二、支付时间营销：快捷支付
 - 三、支付空间营销：移动支付
 - 四、支付金额营销：微支付与大额支付
 - 五、支付币种营销：货币兑换
 - 六、支付网货营销：无限网货品类
 - 七、支付合作营销：跨界联合
- 第十章 物流营销
 - 第一节 物流营销理论
 - 一、物流概述
 - 二、网络零售物流
 - 三、第四方物流
 - 四、逆向物流
 - 第二节 物流营销方法与技巧
 - 一、网络零售平台（网站）物流营销战略方法
 - 二、库存管理方法与技巧
 - 三、网货包装方法与技巧
 - 四、运费设置方法与技巧
 - 五、物流包装展示营销方法与技巧
 - 第三节 物流营销工具与应用
 - 一、易运通物流管理系统
 - 二、“讨管”EC-ERP系统
 - 三、“讨打”订单快递单打印软件
 - 四、巴枪
- 第十一章 信用营销
 - 第一节 信用营销理论
 - 一、信用概述
 - 二、网络零售信用营销
 - 第二节 信用营销的方法与技巧
 - 一、网络零售平台（网站）信用营销的方法与技巧
 - 二、网店信用营销的方法与技巧
- 第十二章 促销

<<网络零售整合营销>>

第一节 网货促销理论

- 一、促销概述
- 二、网络零售促销

第二节 网货促销的方法与技巧

- 一、网货促销的方法
- 二、网络零售促销的技巧

第三节 网货促销工具与运用

第十三章 CRM营销

第一节 CRM营销理论

- 一、CRM概述
- 二、eCRM概述

第二节 CRM营销的方法与技巧

- 一、亚马逊CRM营销的方法与技巧
- 二、易趣CRM营销的方法与技巧

第三节 CRM营销工具与应用

- 一、金蝶CRM软件
- 二、“讨喜欢”CRM软件
- 三、E8.CRM

参考文献

后记

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>