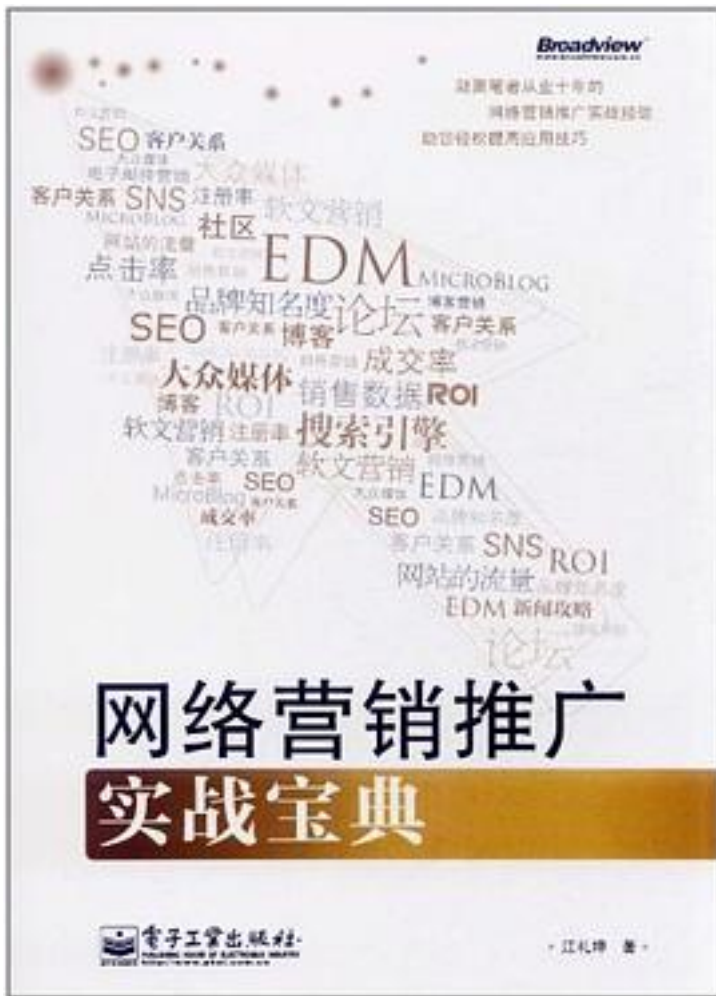


# 网络营销推广实战宝典



[网络营销推广实战宝典\\_下载链接1](#)

著者:江礼坤

出版者:电子工业出版社

出版时间:2012-1-1

装帧:平装

isbn:9787121138522

本书是一本较系统地介绍网络营销推广实战的教程，作者用10年的实战经验，凝聚成了本书。书中无太多长篇大论，全部是真刀真枪的实操。书中涉及的技巧和方法，都是作

者从实际操作中总结出来的成功经验。同时，作者的许多学生，也都用自己的实际行动，验证了这些方法的可行性，所以本书的含金量非常高。

本书几乎把全部的网络营销推广方法都囊括了进来，包括QQ推广、软文推广、论坛推广、SNS推广、问答推广、百科推广、分类信息推广、RSS推广、电子书推广、图片推广、活动推广、资源合作推广、网络推广、新闻营销、软文营销、论坛营销、博客营销、微博营销、EDM、数据库营销、网络游戏植入营销、事件营销、口碑营销、病毒营销、免费策略营销、饥饿营销、借力营销、网络危机公关、SEO、SEM等。而且每种方法都写明了如何操作，甚至列举了许多应用案例。

本书适用人群：想通过网络创业的人士、个人站长、网店店主、想转行或从事网络营销行业者、想在职提升的从业人员、想通过网络拓展业务的传统企业管理人员。

作者介绍:

江礼坤，弘亚美联（北京）科技有限公司总经理，著名网络营销推广网站“推一把”创始人，中搜特约网络营销顾问，百度互联网创业者俱乐部特约专家。从业10年有余，长期致力于网站策划运营、网络营销推广、SEM/SEO等方面的研究与实践工作，曾帮助多家企业和网站通过网络营销成功盈利或是商业化。其创办的“推一把网络营销学院”，已成功培养出千余名网络营销人才。

目录: 第1章 网络营销推广综述1

1.1 为什么要学习网络营销1

1.2 什么人适合学习网络营销2

1.2.1 创业者的机遇2

1.2.2 管理者的尴尬4

1.2.3 失业者的选择5

1.3 网络推广与网络营销的区别7

1.4 网站建设、网络营销、网络推广、SEO 之间的关系8

第2章 网络推广方法10

2.1 IM推广（QQ推广）10

2.1.1 什么是IM推广10

2.1.2 QQ推广的特点11

2.1.3 QQ适合什么样的推广12

2.1.4 QQ设置技巧13

2.1.5 QQ沟通技巧17

2.1.6 加群注意事项20

2.1.7 建群注意事项22

2.1.8 QQ群推广技巧24

2.1.9 如何查找目标群27

2.1.10 其他可以利用的QQ功能28

2.1.11 IM营销28

2.1.12 应用案例30

2.1.13 本节任务31

2.2 友情链接32

2.2.1 友情链接的作用32

2.2.2 什么是优质的链接34

2.2.3 坚决不换的链接36

2.2.4 交叉链37

2.2.5 获取链接的渠道39

2.2.6 建立友情链接管理表40

2.2.7 本节任务41

2.3 软文推广	41
2.3.1 什么是软文推广	41
2.3.2 如何写新闻类软文	41
2.3.3 如何找新闻点	45
2.3.4 如何写行业类软文	47
2.3.5 如何写用户类软文	50
2.3.6 如何扩大软文的推广效果	56
2.3.7 本节任务	63
2.4 论坛推广	63
2.4.1 什么是论坛推广	63
2.4.2 论坛推广的几个阶段	64
2.4.3 论坛推广操作步骤1：了解需求	66
2.4.4 论坛推广操作步骤2：寻找目标论坛	68
2.4.5 论坛推广操作步骤3：熟悉目标论坛	68
2.4.6 论坛推广操作步骤4：注册账号，混个脸熟	69
2.4.7 论坛推广操作步骤5：准备内容	70
2.4.8 论坛推广操作步骤6：“马甲”来炒	72
2.4.9 应用案例	72
2.4.10 本节任务	73
2.5 博客推广	74
2.5.1 什么是博客推广	74
2.5.2 博客群建	75
2.5.3 品牌博客	77
2.5.4 博客的搭建	78
2.5.5 本节任务	79
2.6 SNS推广	79
2.6.1 什么是SNS推广	79
2.6.2 账号策略	80
2.6.3 添加好友	80
2.6.4 最有效的手段——转帖	82
2.6.5 十大终极方法	83
2.6.6 SNS营销	85
2.6.7 应用案例	88
2.6.8 本节任务	89
2.7 问答推广	89
2.7.1 什么是问答推广	89
2.7.2 回答问题	90
2.7.3 自问自答	93
2.7.4 应用案例	95
2.7.5 本节任务	96
2.8 百科推广	96
2.8.1 什么是百科推广	96
2.8.2 如何创建有效的百科词条	96
2.8.3 本节任务	99
2.9 分类信息推广	99
2.9.1 什么是分类信息推广	99
2.9.2 分类信息推广的要点	100
2.9.3 应用案例	102
2.9.4 本节任务	103
2.10 RSS推广	103
2.10.1 什么是RSS	103
2.10.2 什么是RSS推广	104
2.10.3 RSS推广的方法	105
2.10.4 其他聚合式推广	106

2.10.5 本节任务	107
2.11 电子书（电子杂志）推广	108
2.11.1 什么是电子书推广	108
2.11.2 电子书的制作	109
2.11.3 电子书的传播	110
2.11.4 电子杂志	111
2.11.5 实用案例	111
2.11.6 本节任务	112
2.12 图片推广	112
2.12.1 什么是图片推广	112
2.12.2 图片推广的形式	113
2.12.3 成功案例	116
2.12.4 本节任务	117
2.13 活动推广	117
2.13.1 什么是活动推广	117
2.13.2 策划活动的要点	119
2.13.3 活动的形式	121
2.13.4 撰写活动方案	124
2.13.5 方案范文	125
2.13.6 本节任务	128
2.14 资源合作推广	128
2.14.1 什么是资源合作推广	128
2.14.2 合作推广的基本步骤	129
2.14.3 如何挖掘资源	130
2.14.4 资源合作的形式	133
2.14.5 合作的心态很重要	138
2.14.6 应用案例	141
2.14.7 本节任务	142
第3章 网络营销方法	143
3.1 网络广告	143
3.1.1 什么是网络广告	143
3.1.2 网络广告的形式	145
3.1.3 网络广告计费方式	148
3.1.4 网络广告投放步骤	149
3.1.5 网络广告数据监测	154
3.1.6 成功案例	156
3.2 新闻营销	157
3.2.1 什么是新闻营销	157
3.2.2 新闻营销的要点	158
3.2.3 新闻营销的借势策略	160
3.2.4 新闻营销的造势策略	163
3.2.5 新闻的发布	167
3.2.6 成功的标准	168
3.2.7 本节任务	169
3.3 软文营销	169
3.3.1 什么是软文营销	169
3.3.2 案例：脑白金的软文营销	170
3.3.3 软文营销的特点	176
3.3.4 软文营销的策略	178
3.3.5 实施时的注意事项	181
3.3.6 实战任务	182
3.4 论坛营销（社区营销）	182
3.4.1 什么是论坛营销	182
3.4.2 论坛营销的要素	184

3.4.3 论坛营销操作步骤1: 了解需求	184
3.4.4 论坛营销操作步骤2: 找到最佳的卖点	184
3.4.5 论坛营销操作步骤3: 制造不同阶段的话题	187
3.4.6 论坛营销操作步骤4: 互动的设计	187
3.4.7 论坛营销操作步骤5: 阶段性的手段和方案	190
3.4.8 论坛营销操作步骤6: 数据的监控	191
3.4.9 不火的原因	192
3.4.10 应用案例	194
3.4.11 本节任务	195
3.5 博客营销	196
3.5.1 什么是博客营销	196
3.5.2 博客营销的特点和优势	196
3.5.3 博客营销的形式和策略	198
3.5.4 博客营销的要点	202
3.5.5 实用案例	204
3.5.6 本节任务	204
3.6 微博营销	205
3.6.1 什么是微博营销	205
3.6.2 微博营销的特点	205
3.6.3 微博营销的作用	206
3.6.4 如何增加粉丝	208
3.6.5 微博营销的操作要点	211
3.6.6 本节任务	213
3.7 电子邮件营销 (EDM)	213
3.7.1 什么是电子邮件营销	213
3.7.2 电子邮件营销的特点	213
3.7.3 电子邮件营销的作用	214
3.7.4 如何获得邮件地址	215
3.7.5 许可式电子邮件营销的内容策略	216
3.7.6 非许可式电子邮件营销的伪装策略	218
3.7.7 邮件营销的一些注意事项	221
3.7.8 监测数据	223
3.7.9 本节任务	223
3.8 数据库营销	224
3.8.1 什么是数据库营销	224
3.8.2 数据库营销的特点	224
3.8.3 数据库营销的作用	225
3.8.4 数据库营销的实施步骤	226
3.8.5 应用案例	230
3.8.6 本节任务	232
3.9 网络游戏植入营销	232
3.9.1 什么是网络游戏植入营销	232
3.9.2 网络游戏植入营销的特点	233
3.9.3 网络游戏植入营销的方式	233
3.9.4 本节任务	238
第4章 网络营销组合拳	239
4.1 事件营销	239
4.1.1 什么是事件营销	239
4.1.2 事件营销的作用	241
4.1.3 事件营销的内容策略	242
4.1.4 事件营销的操作要点	250
4.1.5 简单的事件营销方案	258
4.2 口碑营销	259
4.2.1 什么是口碑营销	259

4.2.2	口碑营销的步骤	260	
4.2.3	如何引发口碑效应	261	
4.2.4	策划口碑营销的关键	263	
4.3	病毒营销	264	
4.3.1	什么是病毒营销	264	
4.3.2	口碑营销与病毒营销的区别	265	
4.3.3	病毒营销操作步骤1：制造病毒	265	
4.3.4	病毒营销操作步骤2：发布病毒	268	
4.3.5	病毒营销操作步骤3：病毒的变种和再传播	269	
4.3.6	成功案例	269	
4.4	免费策略营销	270	
4.4.1	什么是免费策略营销	270	
4.4.2	免费的目的和策略	271	
4.4.3	免费策略营销的形式	271	
4.4.4	成功案例	273	
4.5	饥饿营销	274	
4.5.1	什么是饥饿营销	274	
4.5.2	饥饿营销的步骤	275	
4.5.3	实际应用	278	
4.6	借力营销	279	
4.6.1	什么是借力营销	279	
4.6.2	借力营销借什么	280	
4.7	网络危机公关	281	
4.7.1	什么是网络危机公关	281	
4.7.2	网络危机公关操作步骤1：堵住信息根源	281	
4.7.3	网络危机公关操作步骤2：进行正面澄清	282	
4.7.4	网络危机公关操作步骤3：删除负面信息	283	
4.7.5	网络危机公关操作步骤4：压制负面信息	284	
4.8	其他	285	
第5章 SEM			287
5.1	什么是SEM	287	
5.2	SEO	287	
5.2.1	SEO的规则是什么	288	
5.2.2	网站应该如何优化	289	
5.2.3	常见的SEO误区	290	
5.3	竞价排名	291	
5.3.1	关键词精准度	292	
5.3.2	引导页	294	
5.3.3	话术的设计	297	
5.3.4	搜集用户线索与跟进	298	
5.3.5	数据监测与优化	298	
5.4	竞价分析案例	299	
5.4.1	总体投放概述	299	
5.4.2	问题深入分析之一：匹配词问题	305	
5.4.3	问题深入分析之二：广告创意问题	314	
5.4.4	投放优化建议	317	
5.5	百度底层营销	319	
5.5.1	什么是百度底层营销	319	
5.5.2	百度底层营销的特点	320	
5.5.3	如何实施百度底层营销	320	
5.6	站外辅助	321	
第6章 网络营销七步引导法			322
6.1	网络营销第一步：明确目标	322	
6.2	网络营销第二步：明确目标用户	324	

6.3 网络营销第三步：明确目标用户的特征	324
6.4 网络营销第四步：明确目标用户集中的平台	325
6.5 网络营销第五步：针对用户特点展示产品亮点	326
6.6 网络营销第六步：确定策略和方法	327
6.7 网络营销第七步：将执行进行到底	327
6.8 效果监控与评测	328
6.8.1 建立合理的营销目标	328
6.8.2 监控数据	329
6.8.3 计算用户价值	329
6.8.4 计算渠道成本	330
6.8.5 渠道优化	330
第7章 实战运用	331
7.1 如何积累人脉	331
7.1.1 积累人脉的核心思想	332
7.1.2 积累人脉方法一：QQ	334
7.1.3 积累人脉方法二：线下活动	335
7.1.4 积累人脉方法三：混论坛	339
7.1.5 积累人脉方法四：撰写文章	340
7.2 如何打造名博	341
7.2.1 建立博客的好处	341
7.2.2 博客定位	342
7.2.3 内容策略	343
7.2.4 学会与用户互动	344
7.2.5 博客的推广	344
7.3 如何运营推广资讯类网站	346
7.3.1 资讯站的定位	347
7.3.2 资讯站的主题分类	349
7.3.3 资讯站的运营要点	349
7.3.4 通过内容页做流量	351
7.3.5 资讯站的推广重点	353
7.4 如何运营推广论坛社区	354
7.4.1 论坛社区为什么如此难推广	354
7.4.2 论坛的板块策略	355
7.4.3 论坛的内容策略	356
7.4.4 论坛的用户组策略	358
7.4.5 论坛的积分策略	359
7.4.6 论坛的任务策略	361
7.4.7 论坛的勋章策略	362
7.4.8 论坛的明星策略	363
7.4.9 第三方的插件	365
7.4.10 论坛的团队建设	365
7.4.11 论坛的推广	366
7.5 淘宝运营和营销推广	367
7.5.1 对内建设之店铺装修	368
7.5.2 对内建设之产品分类	370
7.5.3 对内建设之产品展示页	371
7.5.4 对内建设之产品描述	372
7.5.5 对内建设之信用建设	374
7.5.6 对外推广之淘宝内部免费推广	375
7.5.7 对外推广之淘宝内部付费推广	377
7.5.8 对外推广之淘宝外部推广	379
7.6 企业网络营销的难点	381
7.7 神奇的单页面营销	384
7.7.1 单页面营销步骤1：建立页面	385

7.7.2 单页面营销步骤2：流量导入388  
7.7.3 单页面营销步骤3：抓住潜在用户390  
7.7.4 单页面营销步骤4：二次销售——成交390  
第 8 章 草根达人访谈392  
8.1 燕涛谈网站运营管理及经验分享392  
8.2 谭铭臻谈如何做好淘宝网店401  
8.3 吴锋推广新秀的抉择之路与团队经验分享408  
8.4 周锦增的独家网络推广经验分享416  
8.5 刘经赞谈医院网络营销与百度竞价423  
8.6 常诚谈搜索引擎与门户网站的运营及发展431  
附 录 相关博客推荐437  
· · · · · · [\(收起\)](#)

[网络营销推广实战宝典\\_下载链接1](#)

标签

网络营销

网站推广

营销

互联网

市场营销

新营销

商业

想读这本书

评论

有点过期的新手指导书



-----  
这书还行啊，适合初学者入门。

-----  
第一到五章感觉没有什么大的价值，六七章还可以。整本书没有多大的亮点。多是一些讲烂的东西。

-----  
今天刚读，一部好书，很实用！今天读到其IM营销推广方法一节，并做了笔记，收获很大，打算这几天把此读完，并做笔记。晚上将常来的知道用用！强力向学习网络营销推广的朋友推荐！全实战、全干货！

-----  
很全，入门很适合

-----  
看的不是很仔细。但是里面的一些技巧还是可以借鉴的。可以当做工具书。

-----  
太落后了，现在都不能用了，初学的话思路还是对的

-----  
该总结的都总结了，知识很系统。有些工具虽然过时，但思路性的东西不会变。

-----  
虽说豆瓣评分不高，但对于我这样的菜鸟暂时不想深究细节只想了解概貌和游戏规则的人而言，此书也还是获益良多哦！ ....  
BTW，读这本440页的大厚书，我高度集中分2天，4个小时全部读完，乃是我一目十行发挥最牛的一次，特此MAKR

-----  
内容范范，对于刚接触网络营销的从业者来说，可以一看。

-----  
至少知道了那些缩写字母都是什么意思。

-----  
入门翻翻。

-----  
泛 写年度规划的时候翻一翻倒是可以搞点灵感

-----  
写的啥？是很细，但太冗余，反复很多。

-----  
看的第二版，内容重复、过时、案例少、理论多

-----  
推广比较全，其中问答推广给我震撼

-----  
一不是营销经典，二是网络营销三年就跟不上最新的时代了。

-----  
过时了，有用的内容太少。

-----  
屎，我都能写出来

-----  
2015.2.6日读完：学习学习，，了解一下

-----  
[网络营销推广实战宝典\\_下载链接1](#)

## 书评

做信息流推广时，第一步转化就是搜索关键词到广告展现，如何提高广告展现次数，对于提升转化能力至关重要，主要可以从3个方向入手。

①搜索词与广告的相关性：搜索词与广告达到最大匹配，让用户感觉是正常的搜索结果，减小广告给用户的体验伤害。②搜索词联想词匹配：比如情人...

为什么江礼坤这种垃圾都能出书？整天就会弄一堆虚假头衔来夸大自己，什么总经理，什么顾问。。。这种人写出来的书肯定得误导人，那么厚一本书，明眼人都知道，也就东拼西凑，一堆没有用的垃圾文字。一个没有做过seo的人，成天交给人家seo，没做过一天seo的人直接拿着网上down...

其实营销这块很重要一点就是执行力，道理一共就那些。论坛或者网站看多了就那些招数，这本书应该胜在细节的操作，能清楚地讲出来。只看了第一章，谁有书转我啊想拿到书好好看下，售价不低啊，二手只要还能阅读转我一本吧

网络营销，无处不在——评《网络营销推广实战宝典》文/贺兰微 你有微信吗？你有朋友圈吗？你有QQ吗？你有QQ空间吗？你有微博吗？你有经常在网站论坛活动的习惯吗？.....生活在这个互联网的时代，很多人的答案是...

合作的商家是否可信，就看其在消费者当中的口碑，看看大家对他们的评论。移动互联网时代，质量差的东西，广告打得再好，消费者也是不买单的。好的东西，口碑会迅速传播出来，比如18年春节档电影《红海行动》，还有去年的《战狼2》都是好的口碑发酵出来的效果。真金不怕火炼，高...

好像是前几年在钟楼那边买的。当时对网络营销这块挺感兴趣的，想着深入研究一下。内容以作者自己的实际操作经验，经历一一叙述，很实在，很接地气。非常适合初学者。里边对网络营销的基本知识有全面的介绍讲解。对各种推广工具的运用方法，实际效果等都很到位，初学者...

有人告诉我，SEO的目的是投入极小的财力，通过一个周期的运行和操作，让产品居于首页，甚至是第一位！超过95%的用户（消费者）选择用百度、搜狗、360、神马等搜

搜索引擎来筛选自己心仪的产品，用户习惯于选择搜索结果第一页的第一个产品，在用户的普遍认知中：此产品是真的，权威...

首先要谈的是，没有任何一本应用类书籍，看完了就能解决实际问题，都需要理论和实践相结合，自己去探寻摸索。这本书能把网络推广的各种工具和方法综合、汇总、分类，也算是其优点了。  
其次，互联网相关的知识更新的太快了，而书的内容仿佛还是停留在上个世纪，就...

我来总结一下这本书从头到尾写了什么：  
首先，先以一个实战专家的身份告诉众小白：“你们没有我知道的多，你看我知道的相当系统，有这种方法，有那种方法”。其次，再以一个成功导师的身份告诉各位小白：“我的XXX弟子，在我的指导下取得了年收入XXX万元的突破”。最后，再以...

好厚的书，但是大致翻了一下，内容都很实用。对于没有网站基础的我，还有没有任何技术的我而言，看着看着，感觉很迷茫，我该怎么开始呢？还是从头开始，学基础，还是从案例开始，一个个的学习？  
我觉得这本书，很适合操作的时候做参考，只看不用，没有实际运用。

这本书要是说适合初学着吧，但是有怕误人子弟，大多都是在写“人”的交际。怎么通过人与人怎么来获得资源等等。  
真正有用的东西的真的不多，太多的重复，越看越不读下去的。  
就说这么多吧，但是豆瓣说我的评论太短了。

其实很多书都是有价值的，看你怎么对待了。好的可以借鉴，不能一味唾骂别人这不好那不好。其实这本书简单来说就是一本介绍网络营销推广方式的一本书，只是给你一个思路，没有太多实战性质的内容。主要针对的目标人群为从事网络营销推广的新手们。  
没有人都有自己的看法，光说坏...

我觉得还可以,我边看边操作,还是有效果的.也许我是初学者吧,自己觉得还不错.笔者写那么多,有些还比较具体,我们还是赞一个吧,要是我早就眼睛痛了.好的东西大家一起出来一起分享嘛.  
左右邻居如果谁有关于网络营销方面的推广的好宝贝,望请推荐下.我的QQ是772962617.谢谢了.

-----  
[网络营销推广实战宝典\\_下载链接1](#)