

《打造网络营销核心竞争力》



内部培训资料 尊重版权 尊重自己
未经许可不得以任何形式传播

大乐淘网络营销 www.daletao.com

第一章 前言

网络营销已经不是什么新鲜话题，但是，对于大多数企业来说还没有找到方向，这本书就是为还没找到有效互联网营销方法的一部分企业寻找一片互联网蓝海。同时也避免一些企业网络营销中部分不必要的资源浪费。

这本书是基础蓝本，尽管每个行业都有不同的特点，但是营销的核心理念是

一致的，我结合多年网络推广经验，以及一些世界营销大师的行销思想。以普通网络推广为基础，让行销思想在这个基础上腾飞。未来的展望就是，根据各个行业，然后策划一些行销载体来最大化传播自己的产品和服务。

目前这本书把具体的框架和思想已经努力的展现给大家，但是由于时间仓促，如果你有某些具体的概念和技术不是很清楚请参考其他书籍，如果有时间，在下一个版本也许会把基本概念和基础都写上。所以，当你看不懂某些概念时，请继续往下看，因为即使不懂具体技术，但是你可以了解网站项目策划和营销应该注意的基本上都懂了。在你操作项目时也很有参考价值。

同时，我希望，你如果想与我合作利用本书推广你的服务和产品请与我联系。因为任何传播知识的媒体都是广告的载体，特别是针对行业之后所突显的精准商业价值。

第二章 打造企业网络营销核心竞争力

$$\text{订单数} = \text{网站流量} \times \text{购买转化率}$$

从这里可以很明确的知道，想要获得更多的订单，那只有两个办法，一个是提高网站的流量，二是提高转化率。

网站流量核心竞争力

流量需要成本

不管你是参加行业网站的会员，还是请人手工发布信息，还是SEO服务，任何一个流量都是需要成本的。但是很多企业忘记的人员工资成本，这种现象非常不好。

增加网站流量有很多办法，各种办法的优秀组合使用会让网站流量的成本不

一样，这是企业打造自己网络营销实力的一个关键点。假如你的企业用 1 毛钱有办法得到一个流量，而别人平均都是 3 毛，那么你的网络营销流量成本就比别人低。更多具体方法，后面阐述。

如果是组建团队上的优化模式应该是负责人+顾问+外包。这比招 3 个以上的网络营销人员更为有效（除咨询量大需要增加人员外）。

转化率是企业网络营销的核心竞争力

你想增加订单，只有两条途径，一、放大前端的流量，那么另外一个就是提高转化率。

但一定程度上，如果总是企图通过前端增加流量来获得更多的订单，往往付出的成本开始变高，如果你意味的只想增大流量，但收效甚微。这时候，你可以考虑其他改造成本小而见效的地方，比如说提转化率。

网络营销的核武器

关键词类竞价排名敢出价比你高，排你前面。行业网站会员和广告也更划算了，因为有利润的广告不是成本，而是收益。

网络营销练好内功后面的一切推广才是事半功倍！

有个企业在百度做竞价广告，但是进去了半天找不到产品，而且网站还被挂了木马，这样还有人敢看你的站吗，转化率会高吗。当然，影响的因素还包括很多。

记得商界上面刊登过一个做金属产业链的，他从提炼一个金属开始，然后把这后面产生的废水、废渣方面着手打造了一条很长的产业链，结果在他的行里就能做到资源利用得最充分的企业，这就是他的核心竞争力。

同理在流量方便的利用，如果说能利用得好，那么这也是企业的制胜法宝。

决定你是赚还是赔

$$\text{企业网络营销利润} = \text{流量} * \text{流量单价} - \text{成本} \times \text{下单转化率} \times \text{每单利润} - \text{流量} * \text{流量单价} \times \text{成本}$$

假设平均每单业务利润为 30 元, 流量为 100 潜在客户, 每个流量单价是 2 元。转化率分别为 6%和 3%的两个企业利润对比。

$$\text{A 企业利润: } 100 \times 2 \times 6\% \times 30 - 100 \times 2 = 360 - 200 = 160$$

$$\text{B 企业利润: } 100 \times 2 \times 3\% \times 30 - 100 \times 2 = 180 - 200 = -20$$

上面计算结果看出, 转化率为 6%的 A 企业有利润 160 元, 因此不管打多少广告都是赚的, 而且还可以大规模进行。但是, B 企业 3%的转化率就亏本, 如果要打更多广告意味更大亏损。

可能一些企业在现在还感觉不到这个威力, 但是在不久的将来, 更多的企业参与到网络营销里, 那么如果你还在采用你前几年的经验, 采用粗放式的网络营销, 那么你的生意有可能会被人抢掉, 当别人都把转化率做的比你高, 这样别人就敢出更高的价格去竞价、去购买更好的网络广告服务项目, 而你因为转化率不高, 认为做网络营销不行了, 开始亏本了, 然后拱手就让出网络营销的市场。

网络营销, 不再是以前少部分企业的特权, 而是全民电子商务, 如果你采用的是粗放式的网络营销方案, 这就是留给竞争对手抢夺你顾客的最好机会。

当然你可能说 一个生意里环节很多, 这个只是开发客户的一种途径, 你把这个费用降到了行业最低, 也并不代表全部。

但是我想说在众多的环节里, 你的每一个环节都是高成本的, 请问你又如何立足。哪里是你的核心竞争力。

如果你把网络营销做到极致, 也就是开发新、老顾客的营销费用做到行业最低, 也就是最优化的状态, 我想这也许是你公司的核心竞争力之一。

如果你不把这个成交的环节优化好，把转化率提高当大家同行因为竞价的关系 都把流量单价往上提的时候，你就知道广告打得非常吃力，而别人还在继续打。你不知道为什么，因为你做的广告浪费了很大一部分。

所以，在未来网络营销推广精细化的进程下，在粗放式网络营销退下时，企业如果想更好的进行网络营销，一定需要更为专业的网络营销顾问服务，来指导和帮助企业更为有效的进行网络营销。

企业网络营销未来竞争态势

网络营销，很多成功网商企业家已经深深爱上，所以对于想通过网络营销获得更大的发展，或者想提高网络营销广告投入产出比的企业，那么从现在开始就必须未雨绸缪的找到更有效的网络营销方法，或者说通过一些方法和策略找到适合自己进行网络营销的经验。为未来的竞争打下一些基础。

比如说现在的网络营销，稍懂操作都会有利润的情况下，你想积累网络营销经验是不花钱的，而且还是赚钱的。但是，如果等到网络营销开始不赚钱的时候你再来测试，那么那个时候你花费的将是很大的成本，又或者，你根本过不了那个坎。

你可能想不明白，但是，竞争激烈的时候，很多企业会为获得新客户，而不惜血本，因为他们有很强的后端，计算到了得到一个客户的终身价值，因此，很多企业可能获得第一单业务里根本没有利润，甚至是亏本的，他们期待的是客户后续购买所产生的利润。

同时，行销因子打造，累积式网络营销系统，客户关系维护系统与新客户产生系统的设计将是未来网络营销强力后端的具体表现。

因此，企业网络营销能力也是一种核心竞争力。

第三章 大乐淘网络营销四个理念

网络营销是精准，不是盲目！

老早建立了企业网站，效果不咋样，不知道为什么

购买了诚信通，他只是工具，怎样才能用好你不知道

购买了百度等搜索引擎按效果付费，费用其高！

购买了行业网站推广，有多大效果不知道！

同时做了很多推广，哪个有效果，不清楚！

客户通过什么找到你，你搞不懂！

或许还有更多的问题，但是我告诉你，所有的一切都可以精准。你的网络营销不能是“我知道我的广告费浪费了一半，但不知道浪费的是哪一半。”

能够做好这个工作的就是统计系统，CNZZ 或是 51 都可以。可以为你每个广告的客户来源做个独立页面或统计。比如做个 baidu01.html 这个页面是接待从百度过来的，哪个关键词的。或者用 com?src=baidu01 这样你就知道，哪个词投入产出比如何。比如说这个词来的有多少比例是恶意点击的。

这个词的咨询率是多少，购买率是多少，每次购买的金额是多少，后续购买的频次是多少等等。

哪个时段的有效率高，哪个广告媒体带来的客户精准。然后知道哪个广告媒体的投放最有效，然后根据结果来调整广告投放的投入比例。

网络营销是多样，不是单一。

企业网络营销不要一条腿走路，任何公司靠单一的业务增长模式都是危险的。一是不稳健，二是不知道有没有更有效的业务增长方法。

有些公司只是建个网站，有些不建站只购买现在阿里的旺铺，有些做搜索按效果付费等。

更多的网络营销也应该包括：软文、博客、SEO、网络行销等等。

网络营销是开放，不是自封

不了解消费者，在很多推广里不是用消费者的思想来考虑。消费者应该通过什么找到你，关心你的什么，想通过什么样的方式跟你联系等等。

靠自己摸索，节省就是最大的浪费，因为，花时间多，走弯路多，浪费就多。一个朋友兴高采烈的做了百度竞价，结果一个晚上不见了100多。但是统计的结果没有这么多人访问。遭遇恶意，假如没有统计没有分析。可能浪费的就是几百、几千，甚至更多。假如有个可以信任的人指导做，或许能更快进入轨道。

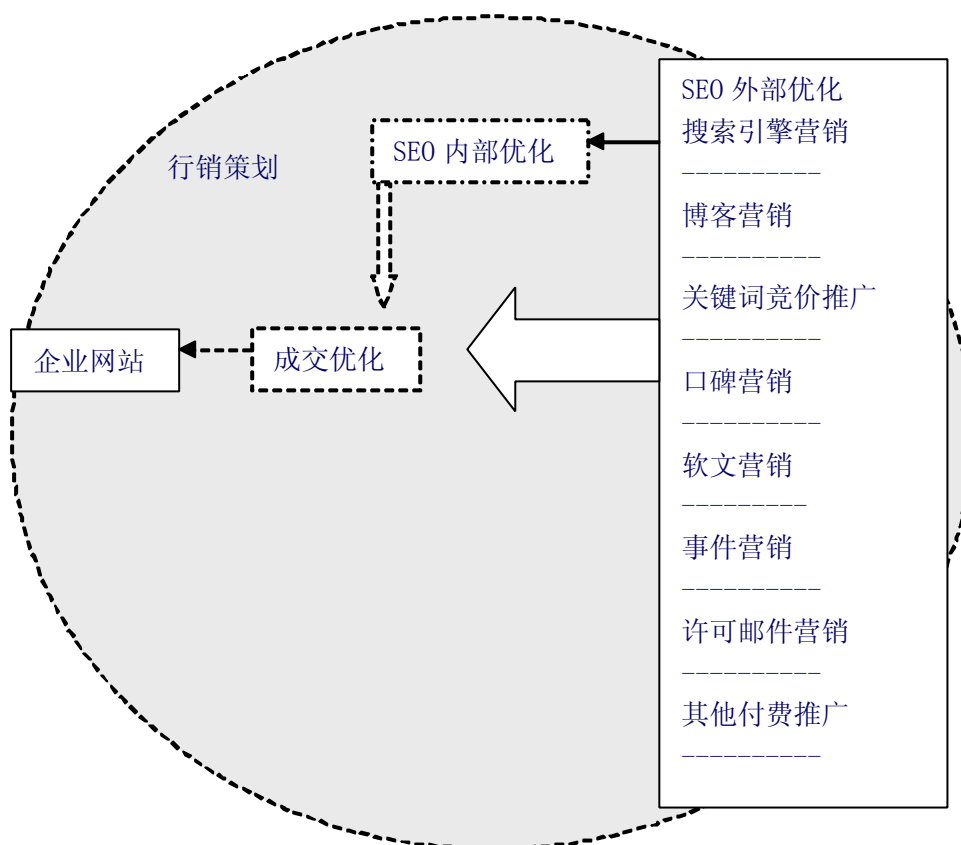
一条道路走到黑，没有网络营销顾问的指导，企业往往不能全面的掌握网络营销，从而错失良机或浪费了大量宝贵资源。

网络营销要与时俱进。

很多企业内部可能每月或每年都有新的市场计划和推广策略，但是在互联网的营销意识里，却固步自封，从来没有为企业的网络营销引入新的思想和策略。

互联网是新事物，发展很快，网络营销也是一样在快速发展。所以企业网络营销要与时俱进。

大乐淘网络营销导图



虚线方框的推广实施在需要在前期策划时考虑到，并在网站建设时直接实施，因为他设计网站的主体。网站策划必须考虑到网站的成交优化，也就是所有的流量必须经过成交优化的建议和调整，相当于提高成交率。灰色背景的行销策划则贯穿整个网络营销的每一处。它的作用就是应该积极的发现、引导和转化每一个流量，最好能把流量的成本变得更低，或者自动化。它应该能够帮助维系每一个客户和准客户。

网络推广的显性效益和隐性效益

每次推广里都包含有显性效益和隐性效益。

网络营销目的是为寻找客户、成交。但是一套网络营销系统，他是由很多部件组成的。只要懂得利用，那么他是相辅相成的，相得益彰的。

显性效益：广告投放进去，或者信息发布出去，直接想得到的就是客户给你电话或在线咨询。

隐性效益：除了搜索引擎付费推广外，其他很多推广都是可以留网站链接的，那么只要你的网站 SEO 内部优化好了，自然在搜索引擎表现就不错，从而获得很好的流量。这好像是做了一件事就得到两样回报一样。懂行的事半功倍，不懂行事倍功半。

我打个比方，比如有些企业购买某些行业网站的付费服务，然后获得首页的推广。或者公司有专门的人员到处宣传自己的网站。

但是 他网站本身的 SEO 根本就没做，这样本来应该可以从搜索引擎带来很多自然流量的却因为网站没有调整好 失去了这一块的流量。

假如说做个简单的网站内部优化，然后加上刚才我说的自己本身已经在一些行业网站获得了首页链接，再加业务员的广泛宣传。你的网站 SEO 就算做的不是特别好，但是肯定也能获得不错的自然流量。为什么要这样浪费了呢？

说浪费，是因为本该得到的却没得到，那就是浪费资源。

因为不懂，所以把本该有价值的东西没有利用，这是一种浪费。

说不定这个简单的调整所带来的流量足可以和你其他三个流量来源带来的还多。当然不同行业情况不一样。

这通常适合很多企业，不管你所在行业是竞争很激烈，比如每个点击单价很高，还是竞争不充分的企业。同时你要还知道，搜索引擎有几个主流的，你可以参与的词也是多样的，比如主关键词和长尾词。

网络推广两大关键要素

在互联网的推广里，你要随时记住的两个关键要素，那就是关键词和链接。

在互联网的推广和营销永远不能离开这两个因素，关键词是核心，链接是纽带。比如，你去发布信息，懂关键词的人，信息发布效果事半功倍。会留链接的人推广也是一样。那么，接下来就让我带你深入秘密的内部。

关键词

什么叫关键词，用户用来查找相关信息时他脑袋里想的词，然后准备通过这个词来找他想要的信息。你的一切互联网互动必须围绕这个核心进行。

无论是建立网站，发布供求信息，写篇博文，你发布信息的标题和内容都要围绕着客户的想法来进行，否则都是闭门造车，效果也是出力不讨好。

谈到关键词，关键词相信一些从事网络营销的网商们并不陌生，每天无论是发供求信息，还是写博客，论坛文章，都在想方设法的去设置好关键词，关键词在网络营销中的作用，不亚于人的大脑、汽车的发动机、电脑的 CPU。

无论是搜索引擎的搜索习惯，还是在宣传推广中的软文，还是网络广告投放，产品关键字都无所不在的向您的受众，传导，宣示您的产品信息。关键字的设置好还是坏，直接影响您网络影响的效果，关键字的力量将直接为您网商生涯的成败做出判决。

无论是搜索引擎，还是 B2B 平台，竞价排名都是利用关键词作为敛财之道。从事网络营销永远离不开关键词，如果想作为一名成功的网商就必须对关键词应用得心应手。

很多网商往往依赖于提供这个产品的客服人员，但是，我想告诉大家的是，即使是开发系统的人，他也仅仅是了解系统，但是他无法比你更了解客户和市场，因此系统的使用可以问问客服，具体怎么设置关键词应该靠自己摸索，或则请顾问辅导。特别在竞价推广领域，关键词是整个广告的灵魂。

不管是早期的实名，还是现在的标王，一些不懂的企业用自己的公司名称或

特殊的产品名做为关键词。人家要是都懂你企业，在找你了，你还需要推广吗，这好像是人家上门来找你，你到门口去接人家一样，这不叫网络营销找客户，只能叫迎接客户。

很多产品有很多别称，或者说不同的地方叫法不同，应该统筹兼顾。很多产品有行业特殊用途，不同规格和包装等等要组合搭配。围绕一个词的深度、广度、通俗、专业、地区等等。让这些千变万化的组合来编织一张网住你顾客的大网。不要想着一个词就网罗所有你的潜在顾客。

什么样的关键词才是好的关键词，假如你是卖手机的，肯定想想查找手机的人都看见你的信息，但是这样的关键词就很难轮到你来，竞争激烈成本大。但是如果你做广州手机批发，那就容易得多，成交率也会非常的高。因为太宽泛的词目标不明确，同时竞争成本也非常的大。因此，根据自己的实力，能找到准客户，成交率高，竞争不大、竞争成本小的关键词就是好关键词。

链接

链接是纽带，是一切网络活动的基础，也可以说是互联网的名片。互联网上留链接，一个是方便别人进入你的网站，让更多的人知道，这个很浅显，很多人都知道，但，另一个隐性作用往往被一些网商所忽略，链接也是网站 SEO 推广中一个至关重要的因素。

链接在 SEO 优化推广中，分**内链**和**外链**。

外链就是与其它网站的相互链接。内链就是网站内部的相互链接。根据这些链接，搜索引擎相当于可以对你的网站有个准确的判断。然后搜索引擎就依此对你的网站进行排名定位。

这好比说一个人的交际广泛、且交往的人都要名望，那么自己人也会说他不错，然后又发现他是个非常上进的人，也受很多人的好评，那么，这个人总体就是不错。搜索引擎排名的通俗讲法大致如此。

第四章 网站是网络营销的基础

网站作为企业作为网络营销的主要载体，同时也是网络营销的基础平台。后期的很多营销策略和方法都可能与其相关。

在网络上想有生意，必不可少的就是流量，而且是专业的意向流量。意向流量我还分意向和准意向。

意向客户流量也就是潜在客户想购买和了解你的产品而找到你和了解你。

准意向客户流量，可以说是顾客当时还没有那个需求，但是他是那个圈子的，实际上是有这个需求的，适当的时候会找你。比如我写一本《饲料企业网络营销秘籍》，那么如果你是做饲料添加剂或发酵菌的就可以赞助我这本书。因为下载这本书的都是你的准客户。客户因为别的目的，却认识了你。而且影响还是长期的，深刻的。或者说，每个人都是手机商的潜在客户，但不见得每个人马上有购买手机的需求，但他总有一天需要购买。当然，还有别的应用，这里只是举例而已。

网站就是网络营销的根

很多时候，在互联网上的营销，最后流量都会引到你的网站平台或是直接和你沟通。但是高效率 and 有效的方式还是引导到网站上。

比如，你在行业网站上发布了一条信息，把顾客引进自己网站的好处：

第一、可以长期维持关系，可以通过会员系统开展各种沟通渠道。

第二、把客户引入了一个相对有氛围的时间和空间里，网站上的表现更为丰富和全面，这样客户可以了解更多，而且成交氛围更好，可能性更大。

第三、在行业网站上浏览信息，客户随时可能很快进入其他竞争对手的信息页，如果你方便的让客户进入你的网站，那么客户已经被你相对锁定，或者说让顾客停留在看你的产品相关信息的时间更多，在了解对手的时间就更少，这样你的机会也就更大。只有了解才会信

任，只有信任才能成交。

第四、顾客在购买产品时，通常会收藏几个感兴趣的网站，到最后对比深入了解，会在网站或直接打电话。而不会收藏一个行业网站的供应信息页。假如还是让上级参考的，那更是不可能收藏行业网站的信息页，免得领导说怎么找了个没网站的，而怀疑自己的能力。

第五、有没有网站也是衡量企业实力和信誉的一个参考点。没有网站在企业稳定性和实力上也会有一定的怀疑，除非现实中看到该企业。

比如，我了解一个企业，我看他网站什么时候建立的，如果时间好几年了，证明企业稳定性好，假如需要售后服务的更加关注。另外还看企业网站的备案信息是谁的，如果说公司网站，备案是个人的，甚至不备案，那么可靠性就下降了。另外还可以在百度和谷歌输入企业相关信息搜索看能找到多少信息，比如电话或公司名称，信息发布时间如果很早，而且没有负面信息，那么就证明企业不错，也比较可靠。

特别是现在的一些招商和致富类网站，特喜欢吹，公司历史有多么的悠久，多么的有实力，实际上通过网络的一些方法可以判断一二。

因此，不管你在行业网站发布什么样的信息，尽量鼓励别人到你的网站上看看。这很关键。

所以，网络营销基本上以网站为核心，网站是接单中心、营销中心和维系中心。

如何建立有效企业网络营销平台？

现在中小企业网站通常都是以销售产品为主，树立企业形象、售后服务等一些应用为辅。因此在这里也重点说营销型网站如何建设。

网站建设策划上的误区，通常很多企业建立网站都在考虑企业的基本需求和功能实现，但是往往忽略的建立网站的根本目的，那就是营销。结果就是先建立

了网站，结果发现没什么人访问，甚至有的企业连网站有没有人访问都不懂，然后就开始注意到推广，要么是竞价付费推广或是请人做 SEO 等等。

如果是为营销，为销售而建立网站，那么就一定是从为满足网站能够推广出去而考虑网站该如何建设。

比如 SEO 方面的，如果建立网站就考虑到了，起码可以得到一些流量，如果等建立网站之后你才注意，想做 SEO，那么往往浪费时间、金钱、机会。简单的说你建立了网站，不符合 SEO 规范，改动多，那当然费用大，时间和机会更为重要，因为网站改动搜索引擎有降权、考察、再提升的一个过程。如果是一个新站以开始就把 SEO 做好，快的几天，慢的 20 天都可以得到呈现，甚至有不错的排名。但是，如果一折腾后果如何不好说，有些 1 个月恢复，有些是半年，甚至更长。这就好像一个人犯了错误需要考察很长时间才敢提拔一样。具体一些搜索引擎的喜好和准则情况，我会在 www.daletao.com 上面说说我操作一些站点的情况。

现在我提出网站的成交优化，那又是一个新点，如果你建立网站的时候又不考虑，那么后果就是从头再来。因为有些站调整太大，后果也是可能影响原来的排名，不改又影响成交率的困惑。如果在网站策划时就考虑到这点，那么情况会好很多。

假如你对这块不是很熟悉，然后又不想走弯路，完全可以找有经验的顾问进行指导，这样花几百块钱可以得到你网站一个美好的未来。这就好像是育儿专家指导怀孕，让你的宝宝有个好的开始。当然一个网站没这么严重，不得就从新建立一个罢了，或者不考虑 SEO 流量，或成交率也罢。一个站可能就是几千元、几万元，但是如果算上人工的推广工资费，竞价推广费，那费用还是蛮大的。相信几百元的顾问费还是在可考虑的范围内，有兴趣的企业不妨试试。

《打造网络营销核心竞争力》

后续章节内容如下

确有需要请访问 大乐淘网络营销 www.daletao.com

第五章 网站优化的作用

网站内部 **SEO** 优化的作用

网站 **seo** 优化三部曲

网站内部 **SEO** 优化基本点

网站外部 **seo** 优化

网站日常更新，让网站充满活力

网站成交优化

第六章 博客营销

什么是博客营销

博客营销平台的建设

营销博客写什么内容

营销博客更新维护

营销博客的沟通互动

第七章 事件营销

16576876

322612

贾君鹏你妈妈喊你回家吃饭

第八章 自动传播与行销。

根据需求找市场

大乐淘网络营销服务项目

www.daletao.com

免费网站诊断

SEO 内部优化
网站成交优化

网络营销顾问
营销型网站建设