

《外贸网站海外推广策略研究报告》

摘要版

胡宝介 著

2005年7月

版权所有 深圳市竞争力科技有限公司

公司网址: <http://www.jingzhengli.cn>

邮政地址: 深圳市科技园深南花园裙楼 B520

邮政编码: 518057

联系电话: 0755-26502263

电子邮件: info@jingzhengli.cn

版权声明:

本研究报告供专业人员个人研究参考, 请勿以任何形式公开传播。深圳市新竞争力科技有限公司是本研究报告惟一版权拥有者, 并未授权任何单位或个人对本研究报告进行编辑、出版、发行, 或者通过其他媒介如互联网、光盘、磁盘、纸张、音频、视频等形式进行传播, 无论这种传播是否具有商业目的, 均被视为侵犯版权的行为。

如需在研究论文、书籍、新闻报道等场合引用本研究报告的调查数据和研究结论, 仅限于本研究报告摘要版提供的信息, 以及公开发布在深圳竞争力科技有限公司官方网站 (www.jingzhengli.cn) 上的相关内容, 并明确说明资料来源: 新竞争力网络营销管理顾问 (www.jingzhengli.cn), 《外贸网站海外推广策略研究报告》, 2005. 7

《外贸网站海外推广策略研究报告》摘要版的主要内容

《外贸网站海外推广策略研究报告》简介.....	3
《外贸网站海外推广策略研究报告》目 录.....	4
《外贸网站海外推广策略研究报告》精华内容选编.....	5
外贸企业网站建设中的主要问题.....	5
外贸网站海外推广中的主要问题.....	8
外贸网站利用 B2B 电子商务平台推广的误区.....	10
网络黄页对外贸网站海外推广的价值.....	12
《外贸网站海外推广策略研究报告》定价与订购方式.....	14
关于《外贸网站海外推广策略研究报告》作者胡宝介.....	15
关于新竞争力网络营销管理顾问.....	16
深圳市竞争力科技有限公司联系方式:	17

《外贸网站海外推广策略研究报告》简介

政策的支持和国际经营环境的开放使得大批中小企业都参与到外贸经营中来,加剧了出口企业间的竞争。同时出口产品的成本透明度越来越高,利润越来越薄,大批外贸公司、中小出口制造商和“外贸个体户”们难以通过传统展会、杂志广告的高投入方式获得进口商,只能转而借助互联网作为开拓客源的首选渠道和利用工具。新竞争力网络营销管理顾问的专题研究《外贸网站海外推广策略研究报告》正是为中小型外贸企业进行全球推广而推出的。

目前外贸企业网站在形式上主要包括无独立域名的依托外贸中介网站的免费子站、电子目录式企业网站和功能强大的电子商务网站三大类。根据外贸网站普遍存在的一些特点,如图片丰富、互动功能强大、搜索引擎可见度不高、注重客户关系建设等,外贸网站推广要取得长期理想的效果,宜采用综合性的推广手段,而不是单纯依赖某一种渠道或平台。因此,外贸公司的网络营销人员必须全面了解网络营销的各种方法,并在实践中总结出对自己有效的网站海外推广方法。

本报告系统介绍了常用的外贸网站有效推广方法。包括[搜索引擎营销](#)、[B2B 电子商务平台推广](#)、[目录推广](#)、[网络黄页推广](#)、[许可性 Email 营销](#)、[BLOG 营销](#)等。报告对每一种网站推广手段及重点平台的使用进行了介绍,如搜索引擎广告的 [Adwords](#) 和 [Overture](#), B2B 电子商务平台的 [阿里巴巴](#)和[环球资源](#), 分类目录推广中的 [Yahoo!](#)和 [Dmoz](#), 网络黄页推广中的[欧洲黄页](#)和[美国黄页](#)等。侧重对这些方法在利用优势和应用中出现的各种问题进行深度剖析,同时提出有效解决办法。

报告还专门总结了海外推广策略中的主要问题,包括网站建设中的问题和网站推广中的问题。这些问题有:网站建设中缺乏搜索引擎优化意识、忽视网站可用度和可信度建设、网站更新不足、中英文版混为一站;对单一渠道尤其是 B2B 平台依赖过度、片面理解搜索引擎优化、过度依赖免费及低层次网站推广、缺乏对网络营销效果进行监测和管理、没有网络品牌营销意识等。国际营销的成功是建立在对各种资源的合理利用上,报告最后对海外信息查找和海外推广资源的搜集方式进行了详细介绍,并总结了大量高效的海外推广资源供出口营销人做参考。

《外贸网站海外推广策略研究报告》作者胡宝介小姐有多年从事进出口贸易工作实践经验,其中 2 年时间专职利用网络营销开拓海外市场,曾取得显著成效,也积累了不少国际营销的经验和教训。本次以其一贯的务实谨慎作风和深度分析视角,对外贸网站海外营销推广进行了一次系统、全面的研究和总结。对所有试图通过互联网进行海外推广的外贸企业网站来说,本报告可达到海外推广培训教材和启迪网络营销思维的双重效果。

《外贸网站海外推广策略研究报告》目 录

第 1 章 出口企业的网络营销竞争环境概述	4
第 2 章 外贸网站的主要形式和特点	5
2.1 外贸网站的主要形式	6
2.2 外贸网站的特点	7
第 3 章 外贸网站海外推广的主要方法	8
3.1 搜索引擎营销	8
3.1.1 搜索引擎优化	9
3.1.2 关键词竞价广告	12
3.2 B2B 电子商务平台	22
3.2.1 收费 B2B 平台的选择	23
3.2.2 B2B 电子商务平台推广的误区	25
3.2.3 典型 B2B 电子商务平台分析	27
3.3 分类目录推广	29
3.3.1 搜索引擎分类目录	30
3.3.2 商业分类目录	31
3.3.3 其它分类目录	32
3.4 网络黄页推广	33
3.4.1 欧洲黄页	34
3.4.2 美国黄页	35
3.5 许可 EMAIL 营销	36
3.5.1 获得潜在客户邮件列表资源的方法	36
3.5.2 外贸推广中的 Email 邮件内容	38
3.5.3 影响海外 Email 营销效果的问题及解决办法	38
3.6 BLOG 营销	40
3.6.1 Blog 营销工具的利用价值	40
3.6.2 Blog 托管网站的选择	41
3.6.3 Blog 的内容写作和推广	42
第 4 章 外贸网站及其推广策略的主要问题	43
4.1 外贸网站建设中的问题	43
4.2 外贸网站推广中的问题	46
第 5 章 国际营销网络营销资源大全	48
5.1 国际营销资源的搜集方式	48
5.2 海外推广重要利用资源列表	51
5.2.1 各国常用搜索引擎/目录	51
5.2.2 全球 B2B 电子商务平台	52
5.2.3 全球各国网络黄页	52

《外贸网站海外推广策略研究报告》精华内容选编

外贸企业网站建设中的主要问题

新竞争力网络营销专题研究《外贸网站海外推广策略研究报告》在对外贸出口型企业的网络营销环境及外贸企业网站的特点进行系统分析的基础上,对外贸网站推广策略和方法进行了系统介绍,报告对于外贸企业网站建设中存在的主要问题进行了专门分析。新竞争力(www.jingzhengli.cn)研究表明,目前我国外贸企业网站存在的主要问题包括:网站建设缺乏搜索引擎优化意识、片面理解搜索引擎优化、忽视网站可用度和可信度建设、网站内容更新不足、中英文版混为一站、缺乏品牌营销意识。

1、网站建设缺乏搜索引擎优化意识

在外贸网站海外推广策略中,基于搜索引擎优化的搜索引擎营销策略是常用的网站推广手段之一,在所有海外推广方法中,搜索引擎优化是低成本获得用户的最佳途径。但搜索引擎优化问题在过去很长一段时间内被普遍忽略,导致早期建设的国内出口企业网站在英文搜索引擎上与国外竞争对手相比没有多大的优势。这些企业应该对网站进行搜索引擎优化诊断后及时做出改版。否则,失去了在任何一个搜索引擎上的自然排名优势,网站就只能依靠其他费时费钱或费力的方式进行推广。

2、片面理解搜索引擎优化

不少外贸企业营销人员已经知道搜索引擎优化的重要性,在网站改版中专门将优化作为重点涉及问题。不过一个普遍的情况是:对搜索引擎优化的理解仅仅停留在核心关键字的排名上。他们普遍认为做搜索引擎优化就是达到某个关键字的搜索结果排名,其实这样的理解是片面的,真正的优化效果指标至少包含以下几方面:核心关键词的排名、用户常用检索关键词组合及排名、网页的搜索引擎收录数量、搜索结果抓取的文字信息、搜索引擎对数据更新的频率等等。

3、忽视网站可用度和可信度建设

网站可用度（Usability）这个词在国内比较陌生，在西方互联网水平发达国家，网站的可用度建设被提到一个极为重要的高度。因为这是直接影响网站效果的关键。可用度指标包括一系列涉及到用户使用网站的各个方面的问题，如导航的方面性、栏目结构、用户体验、下载速度等。而网站可信度在诚信体制和诚信意识较为完善的西方国家，也是很受重视的方面。网站可用度和可信度与推广本身的成效无关，是纯粹网站建设本身的问题，如果你的网站在搜索引擎中的可见度很高（比如排名好、做了广告等），但询盘很少，就该反思网站的可用度和可信度是否出问题了。

4、网站内容更新不足

企业网站更新不足不是一个新鲜话题了，一个内容很少更新的企业网站不仅对用户来说没有吸引力，对搜索引擎来说同样没有兴致经常造访。外贸公司网站在这方面总体上比制造商网站做得更好，不过也仅局限于增加新产品方面。实际上网站更新还不应该只停留在上了多少图片上，应不时增加一些关于产品介绍或其它文字性页面如企业动态等，因为文字性页面更容易被搜索引擎抓取，它们同样可以把访问者引向首页或产品页面。

5、中英文版混为一站

一些既做内销也做外销的企业常常把中英文版置放到一个网站上，更可怕的是有些页面文字干脆来一段中文再来一段英文翻译，这种用户定位不明的做法是费力不讨好的。对于以内销为主的企业来说这样做无可厚非，因为英文版是一种辅助性质。但对于那些想大力开拓海外市场的企业来说有必要将英文版与中文版分开，注册独立域名，完全以专业外向型企业的形象出现。根据新竞争力网络营销管理顾问（www.jingzhengli.cn）对部分外贸企业网站的了解，这种状况具有一定的普遍性，并且没有从网络营销战略层面得到重视。

6、缺乏品牌营销意识

一直以来，中国的出口产品总体上在世界市场上属于价廉产品，外贸出口的增长质量不高、利润有限，突出表现为缺乏自主品牌，尤其是具有国际影响的知名品牌。出口企业单纯以获取更多订单为首要目标，普遍忽略了企业品牌的建树。这一情况同样体现在网站建设和推广上，没有意识到可以通过网络营销打造出自己的品牌形象。大量出口企业网站甚至一些

品牌型或大型出口企业网站，由于在网站建设中没有品牌营销意识，结果很多网站都是除了企业介绍就是产品介绍，最多增加一些证书之类的（中文证书老外也看不大懂），网站建设思路僵化老套，明显多年未改版。而对于真正能够增强品牌认知的内容建设、可信度建设、电子商务功能建设等却被极大忽略了。

以上只是从影响网络营销策略的角度对外贸网站的问题进行的分析，实际上外贸在网站建设的专业性方面还存在不少问题，总体说来，外贸企业网站的专业性水平不是很高，在很大程度上制约了外贸网站海外推广的有效性。因此，新竞争力网络营销管理顾问建议，外贸企业应充分认识到网站在网络营销策略中的重要地位，对网站进行全面、系统的专业性分析评价，根据网络营销策略的需要进行针对性的改进，让网站在开拓海外市场中发挥其应有的作用。

外贸网站海外推广中的主要问题

新竞争力网络营销专题研究《外贸网站海外推广策略研究报告》在对外贸出口型企业的网络营销环境及外贸企业网站的特点进行系统分析的基础上,对外贸网站推广策略和方法进行了系统介绍,报告对于外贸企业网站海外推广中的主要问题进行了专门分析。“外贸企业网站建设中的主要问题”一文中归纳了外贸网站建设影响网络营销策略的六个常见问题,在网站推广方面,外贸网站同样存在一定的问题。

新竞争力(www.jingzhengli.cn)研究发现,目前我国外贸网站海外推广中的主要问题包括三个方面:对单一推广渠道尤其是B2B电子商务平台依赖过度、过度依靠免费推广及低层次推广、对网站推广效果缺乏有效的监测和管理。外贸网站推广的直接效果体现就是询盘数量和定单数量/金额,前者体现了网站访问量,后者体现了潜在客户的质量。这两个指标——网站访问量和客户质量成为衡量外贸推广效果的关键。依据这两大指标,可以发现外贸网站推广中的一些问题如下:对单一推广渠道尤其是B2B电子商务平台依赖过度、过度依靠免费推广及低层次推广。

1、对单一推广渠道尤其是B2B电子商务平台依赖过度

潜在客户的信息查找方式是多样化的,这就决定了网站推广也应该通过多种渠道出击,任何单独依靠一种渠道接触海外客户的做法都有很大局限性。外贸网站依赖单一渠道有多方面的原因,除了时间精力分配和预算有限之外,更大原因是营销人对其他渠道的使用知识掌握不足,或实际操作能力不足。

新竞争力研究发现,这种依赖性体现出两种情况:一种是专门拣B2B发布供求信息,或者登录目录,甚至使用自动发布工具轰炸那些可以免费发布的平台,但除此之外似乎就找不到更好的办法来推广了。另外一种则是付高价给B2B或其他外贸中介,然后坐等客户找上门来,如果询盘不足则束手无策。这都是典型的过度依赖单一平台的情况。

2、过度依靠免费推广及低层次网站推广

国内中小企业特别喜欢供求信息发布式推广,因为这种方式直接、简单、多免费。大家一窝蜂去找免费平台,然后一窝蜂发信息;再有就是特爱用提交软件和垃圾邮件群发,一次性把信息发布到N个平台、N个目录、N个邮箱。信息是在短时间内发了很多出去,但反馈

少得可怜，或者询单一来就笼统地喊发报价、寄样品，让你左右为难。偶尔做了一两单，金额少得可怜，不够成本。这种低层次推广从投入产出的角度看是没有效果的。从海外市场竞争环境来看，已经到了需要精耕细作才会有收获的时候了，也需要更多投入才有效果。所以企业有必要调整营销策略，不能一味依赖这种免费的初级推广了。

3、对网站推广效果缺乏有效的监测和管理

任何推广工作做完之后都应该做必要的跟踪管理工作。但营销人员往往单纯地将推广效果跟踪理解为收到多少询盘、反馈。这当然是效果的最直接体现，但如果没有询盘或询盘的频次太少该怎么办？所以必须要树立网络营销管理意识。具体到每一个推广方法都有相应的跟踪方式。

常见的网站效果监测和管理内容包括：

- (1) 搜索引擎优化效果检测；
- (2) 关键词广告效果检测；
- (3) 网站流量统计分析；
- (4) Alexa 访问量统计。

新竞争力网络营销管理顾问（www.jingzhengli.cn）认为，网站推广是个系统工程，仅仅依靠一两种简单的方法，尤其是低层次的信息发布和一般的分类目录登录等形式，无法保证向潜在用户有效传递网络营销信息的营销目的，不可能实现网站推广和网络营销目标，实际上还有大量有效的网站推广策略和方法，网络营销需要向专业化发展，需要专业的知识和专业的人才，而不仅仅停留在免费信息发布和发送垃圾邮件等不再有效的低层次手段方面。在《外贸网站海外推广策略研究报告》中，对于外贸网站存在的主要问题外贸网站推广策略的主要问题均进行了详细分析，并提出了相应的解决方法，对于中国外贸出口型企业的网络营销应用具有极高的指导意义。

外贸网站利用 B2B 电子商务平台推广的误区

根据新竞争力网络营销管理顾问的专题研究《外贸网站海外推广策略研究报告》的相关结论，国内不少外贸企业网站在利用 B2B 电子商务平台发布信息都存在一定的误区，这些问题已经制约了外贸网络营销的效果。根据新竞争力的研究，外贸网站利用 B2B 电子商务平台推广的误区包括：过度依赖 B2B 电子商务平台，推广手法单一；重视信息发布内容，忽视网站自身建设；高估搜索引擎提交和信息发布工具的作用；过于频繁发布供求信息；对 B2B 电子商务平台的地域性认识问题等。

1、过度依赖 B2B 平台，推广手法单一

很多外贸人员整天在全球各地 B2B 电子商务网站转悠，发布供应信息，搜索买家信息，寻找新的 B2B 平台。但实际上真正有诚意询单的只来自少数网站，更多的是那些代理公司打探价格而已。新竞争力（www.jingzhengli.cn）的研究发现，B2B 平台虽然在中国如此火爆，在国外并不是所有买家都习惯去供求平台寻找供应商。一些美国、欧洲客户的动手能力强，他们更倾向通过搜索引擎或类似 Ebay 这样的平台自己去寻找卖家。因此，国内供应商如果一味将自己绑在某些 B2B 电子商务平台上，将错失大片市场机会。

2、重视信息发布内容，忽视网站自身建设

依赖 B2B 电子商务平台推广的企业往往还有一个毛病就是把信息重点放在平台而不是自身网站建设上。他们经常变换信息发布主题和内容，但对网站内容却很少去更新或添加内容页面。实际上，网站才是一个独立的营销实体，而平台上发布的信息或者免费空间只是依托该平台才能起作用。忽视网站自身建设而把主要精力扑在 B2B 平台上面是策略性失误，舍本逐末的做法。

3、高估搜索引擎提交和信息发布工具的作用

搜索引擎提交和信息发布工具泛滥是早期免费发布信息时代的产物，但今天一次性提交 N 个供求平台、N 个搜索引擎目录对很多外贸人员来说仍然充满极大的诱惑力。其实真正效果明显的大型网站都很排斥来自自动提交软件发布的信息，他们也有技术对此进行甄别。诸如此类的提交工具只能作为辅助性手段，千万别太把它当回事，更不可依赖它，指望它能给

你带来客户。

4、过于频繁发布供求信息

有的企业每天都向各平台提交同一个供应信息，搞信息轰炸，这实在是疲劳大家眼球的做法，使得发布的信息有 Spam 之嫌。最好每周发布 1-2 次即可，而且以不同产品名称不断变换信息发布主题，撰写针对性内容。即使在热门平台上信息发布不久后就被隐藏到“下一页”也不用担心，实际上买家也会通过搜索框直接搜索要买的产品，所以你的信息发布主题和内容是否含有产品名称比频繁发布更加重要。

5、B2B 电子商务平台的地域性认识问题

一些外贸企业在开拓重点区域市场时特意寻找目标国家的 B2B 平台，这个思路表面上看起来不错，但从进口商的角度来看，实际上他们寻找供应商时更多地会去供应商所在国家的 B2B 平台或在线黄页，所以对供应商来说，选择外贸平台没有必要太强调平台所在国家。人气始终是第一位考虑的因素，一个人气旺盛的外贸平台自然将全球各地的商家都会聚到一起。所以有的 B2B 电子商务平台故意淡化自身区域色彩，目的也是为了强化国际形象。

此外，根据新竞争力关于电子商务的专题研究《B2B 电子商务网站诊断研究报告》，国内 85.3% 的 B2B 电子商务网站专业水准都在及格线之下，这种状况严重影响了电子商务平台的网络营销价值，这也就意味着，即使在大量 B2B 电子商务平台发布供求信息，也未必能获得满意的效果。可见过于依赖 B2B 平台来开展海外推广是远远不够的，外贸企业的海外推广涉及到多方面的因素，需要从多个方面、采用多种针对性的网络营销策略来开拓国外市场。

网络黄页对外贸网站海外推广的价值

网络黄页或称电子黄页、在线黄页（Online Yellow Pages）等，由传统印刷黄页衍生而来。人们查询传统印刷黄页是为了获取电话号码和地址，而网上黄页将超级链接引入，可以获得更加详细的公司及产品信息。区域黄页更把电子地图引入，拓展了网上黄页的价值。

新竞争力网络营销管理顾问（www.jingzhengli.cn）研究发现，在国内的网络营销市场上，网络黄页的应用远不如 B2B 电子商务网站普及，网络黄页的特色以及对网站推广的价值也还没能体现出来，人们更多地是将网络黄页与一般 B2B 平台相提并论了。但是在欧美等地，网络黄页的使用率及知名度远远高于 B2B 中介。黄页根据区域范围的大小可任意界定范围，一般包括城市黄页、国家黄页和世界黄页。因此，在《外贸网站海外推广策略研究报告》中，将网络黄页作为外贸网络营销的常用方法之一。

对外贸企业来说，网络黄页推广包括两种方式：加入面向全球市场的国家级黄页和世界级黄页目录，以及在目标市场的黄页做广告。加入网络黄页目录一般是免费的。可通过搜索引擎寻找英文版的中国黄页、亚洲黄页、世界黄页，在这些网站上进行公司登记。但这种目录登记带来的直接访问量是有限的，主要作用在于增加网站的外部链接数量。最有效的网络黄页推广还是在习惯使用黄页的目标国家的知名黄页上做广告，如美国的 superpages，欧洲的 Europepages 等著名的黄页。本文对此给予简单介绍。

1. 欧洲黄页

欧洲黄页 www.europages.com 总部位于巴黎，由意大利、西班牙和德国三家电信为股东。产品以印刷黄页（1982 年开始，6 种语言版本）为主，包括光盘（1993 年开始，14 种语言版本）和网站（1995 年开始，25 种语言版本）共三种形式相结合。每年向欧洲及各国具有一定实力的采购商和企业采购负责人免费发放。

对于中国企业而言，欧洲的供应商在很大程度上会成为中国产品的采购商，因为很多欧洲供应商自身并不生产产品，而是从中国或其他国家进口。因此在欧洲黄页上做广告，不仅可以让欧洲各国采购商了解你的企业产品，也是接触这些欧洲供应商的极好渠道。正因为如此，欧洲黄页虽然主要立足欧洲本地采购商，但却面向全球发行广告。欧盟目前已经成为中

国第一位贸易伙伴, 开拓欧洲市场对中国出口企业来讲有着重要的意义。对于想拓展欧洲市场的外贸企业来说, 在欧洲黄页做广告有明显的优势。

2. 美国黄页

美国是继欧盟后我国出口的第二大市场（第三是日本市场），利润相对较高。打开美国市场是出口商梦寐以求的事情。在美国，尽管越来越多人通过搜索引擎查找商业信息，但黄页至今仍是大部分民众用来寻找本地服务或产品的渠道，并且据 comScore 市场调查公司的调查发现，使用黄页查找企业的用户比使用搜索引擎的用户更容易转化成客户【详见新竞争力研究文章“在线黄页比本地搜索引擎的顾客转化价值更高”<http://www.jingzhengli.cn/report/F2005/0602.htm>】。

美国黄页信息以登记本地服务商为多，但也包括制造商、外贸企业。因此，如果外贸企业在美国当地设有办事处，不妨考虑在知名美国黄页上做广告，以 Superpages.com 为例，Superpages.com 是美国最大的电信运营商 Verizon Communications 旗下的超级黄页网站，占据美国网络黄页最大市场份额。Superpages 的广告以黄页搜索结果中页面右侧的 Sponsors 形式体现。Sponsors 广告类似搜索引擎广告按 CPC 计价，广告被点击后才付费，属于按“效果付费”类型。同时，Superpages 还联合其它优势网络媒体共同展示并销售广告。

美国的知名黄页众多，可根据这些黄页网站广告的销售渠道和网站流量作为选择广告媒体的参考。2004 年美国网络黄页广告市场份额如下：

美国黄页网站	广告市场份额
www.superpages.com	19.8%
yp.yahoo.com	19%
www.switchboard.com	11.7%
www.InfoSpace.com	11.4%
www.Smartpages.com	11%
www.Yellowpages.com	7.9%
资料来源：ComScore Media Metrix 2004，新竞争力编译整理	

《外贸网站海外推广策略研究报告》定价与订购方式

《外贸网站海外推广策略研究报告》定价：电子版（PDF 格式）¥980 元，打印版¥1080 元（最低价格，请勿议价）。

《外贸网站海外推广策略研究报告》订购联系方式：

公司名称：深圳市竞争力科技有限公司

公司网址：<http://www.jingzhengli.cn>

联系电话：(0755) 26502263

联系人：胡小姐

Email: info@jingzhengli.cn

MSN: jingzhengli@hotmail.com（工作时间）

QQ: 412534933（请留言）

地址：深圳市科技园深南花园裙楼 B 区 520

邮编：518057

在线提交订购表单：<http://www.jingzhengli.cn/public/form/form06.htm>

《外贸网站海外推广策略研究报告》付款方式：

(1) 企业银行转账汇款

开户银行：中国农业银行深圳国贸支行

账号：41—008900040111851

户名：深圳市竞争力科技有限公司

(2) 个人活期账户转账汇款

开户银行：招商银行一卡通（深圳）

账号：4682037552961202

户名：林轶群

关于《外贸网站海外推广策略研究报告》作者胡宝介

《外贸网站海外推广策略研究报告》作者**胡宝介**女士为知名网络营销专家，有多年进出口贸易工作实践经验，其中 2 年时间专职利用网络营销开拓海外市场，取得显著成效。在积累了大量海外推广经验的基础上，长期保持对外向型企业开展网络营销的高度关注和深入研究。《外贸企业网站推广策略研究报告》对中国企业开展国际贸易进行海外市场推广具有极大参考价值。

胡宝介发表的部分重要电子书：

- 《搜索引擎优化（SEO）知识完全手册》（胡宝介，2005 年 4 月）
- 《网站推广 29 种常用方法》（翻译注释）
- 《网站设计必读 50 要点》（美）Mario Sanchez 翻译
- 《Email 营销 37 要点》（美）Brian Griesbaum 翻译
- 《美国 100 家 B2B 网站评价》翻译

关于新竞争力网络营销管理顾问

“新竞争力”是深圳市竞争力科技有限公司所拥有的注册商标，也是深圳市竞争力科技有限公司及网络营销管理顾问网站（www.jingzhengli.cn）的简称。深圳市竞争力科技有限公司成立于 2005 年 3 月 28 日，一批国内知名网络营销专家为核心成员，公司定位于网络营销管理顾问：致力于提高中国企业网络营销应用水平，提升互联网环境中企业综合竞争力。

新竞争力网络营销管理顾问的主要服务领域包括：网络营销总体策略设计；网站推广综合解决方案；网站专业性综合评价分析；网站访问统计分析报告；企业内部网络营销培训；网络营销相关专题研究报告等。

新竞争力推荐研究报告：《B2B 电子商务网站诊断研究报告》（2005）

《B2B 电子商务网站诊断研究报告》（2005）为新竞争力网络营销管理顾问（www.jingzhengli.cn）的网络营销专题研究报告之一。该研究报告针对国内对国内 102 家 B2B 电子商务网站进行了全面的诊断分析。主要内容包括：B2B 电子商务网站的总体策划、网站结构、技术功能、网络营销功能、网站内容策略、网站可信度、搜索引擎优化状况等方面近 80 项指标的诊断评价。在此基础上，综合分析了国内 B2B 电子商务网站所存在的影响经营效果的典型问题，并提出了相应的改进建议。此外，报告还对被调查 B2B 网站的访问量排名、网页质量、PR 值等指标进行了统计分析。

《B2B 电子商务网站诊断研究报告》（2005）是迄今为止国内第一部针对电子商务网站进行的系统、深入的专业性诊断研究报告，对于了解国内 B2B 电子商务网站的专业性水平及其存在的问题提供了可靠的资料，大量详实的调查数据和深度分析建议，为改善 B2B 网站电子商务网站的经营策略、提高网站经营水平具有极高的价值。

《B2B 电子商务网站诊断研究报告》（2005） 报告定价：¥3000 元（可选择电子版或者打印版）

详细介绍：<http://www.jingzhengli.cn/report/C2005/0601.htm>

新竞争力推荐顾问服务项目：

网站专业性评价诊断：新竞争力网站专业性评价系统由冯英健博士多年研究鼎力推出，基于对数千个网站的深入研究，包括十个类别的 120 项评价指标，全面反映网站专业水平。一份新竞争力网站专业性评价分析报告，就相当于一个网络营销顾问。网站评价分析报告可以发挥多方面的作用：及时发现和改善网站的问题、为制定网站推广策略提供决策依据、专业人士的分析建议用于指导网络营销工作的开展、检验网站前期策划及网站建设专业水平等

等。

网站评价诊断报告+网络营销专家分析建议：定价：¥5000 元

关于网站专业性评价诊断的详细介绍 <http://www.jingzhengli.cn/pingjia.htm>

深圳市竞争力科技有限公司联系方式：

电话：(0755) 26502263

网址：<http://www.jingzhengli.cn>

Email: info@jingzhengli.cn

MSN: jingzhengli@hotmail.com (工作时间)

QQ: 412534933 (请留言)

地址：深圳市科技园深南花园裙楼 B 区 520

邮编：518057