

浓缩新竞争力网络营销管理顾问 15 年研究及顾问服务的精华

《网络营销竞争策略》(精华摘要版)

——网络营销方案设计与竞争指南

新竞争力网络营销管理顾问 特别策划

深圳市竞争力科技有限公司 版权所有

2013 年 5 月

官方网站: <http://www.jingzhengli.cn>

官方微博: <http://weibo.com/jingzhengli>

官网订购: <http://ma.jingzhengli.cn>

淘宝网购: <http://xjzl.taobao.com>

网苗商城: <http://bbc.wm23.com>

客服 QQ: 412534933

联系电话: 0755-26502263

电子邮件: info2@jingzhengli.cn

邮政地址: 深圳市南山区科技园深南花园裙楼 A201 (邮编 518057)

版权声明:

《网络营销竞争策略》(精华摘要版) 由深圳市竞争力科技有限公司授权 **免费** 使用, 请勿以任何形式公开传播。深圳市竞争力科技有限公司是本研究报告唯一的版权拥有者, 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书的调查数据和研究结论, 仅限于公开发布在深圳市竞争力科技有限公司官方网站上的相关内容, 并明确说明资料来源: 新竞争力网络营销管理顾问 (www.jingzhengli.cn), 《网络营销竞争策略》(精华版), 2013.5

《网络营销竞争策略》详细目录及赠送说明: <http://www.jingzhengli.cn/baogao/jzjh02.html>

《网络营销竞争策略》完整版 PDF 格式官网在线订购: http://ma.jingzhengli.cn/rep/jzjh_PDF.html

《网络营销竞争策略》(精华摘要版) 目录

《网络营销竞争策略》前言—建立网络营销的竞争优势.....	3
《网络营销竞争策略》(精华版) 内容提要.....	5
内容节选: 第1部 网络营销战略篇.....	6
1. 网络营销的一般原则、策略与方法.....	6
1.1 网络营销的一般内容及指导思想.....	6
1.2 企业网络营销的实施: 网络营销方法总览.....	7
内容节选: 第2部 网络营销资源篇.....	10
2. 网络营销资源及其网络营销价值.....	10
内容节选: 第3部 企业网络营销策略篇.....	11
3. 网站优化策略.....	12
3.7 网站链接优化.....	14
3.7.1 网站内部链接准确性调查.....	14
3.7.2 网站外部链接数量对比分析 (2006/2010)	15
4. 基于B2B平台的网络推广策略.....	16
4.4 B2B平台推广价值与建议.....	18
4.5 基于B2B平台网络推广的五项基本策略.....	18
5. 企业B2C网上商城构建与网站运营策略.....	19
5.5 企业开展B2C电子商务的五大阻力与建议.....	20
5.1.1 企业B2C网上商城构建模式的影响.....	20
5.1.2 企业B2C网上商城购物流程的易用性问题.....	21
6. 企业博客营销策略.....	22
6.5 体现企业博客营销价值的各个方面.....	23
7. 企业微博营销策略.....	25
7.3 企业微博营销运营方案的内容.....	26
8-12 《网络营销竞争策略》(精华版)更多内容.....	28
附录1. 《网络营销竞争策略》订购说明.....	33
附录2. 关于新竞争力网络营销管理顾问.....	34

《网络营销竞争策略》(精华版) 详细目录及优惠赠送说明:

<http://www.jingzhengli.cn/baogao/jzjh02.html>

如果您认为本书对您有价值, 您可以通过下列方式在线订购《网络营销竞争策略》:

- ① 新竞争力官网产品中心 (http://ma.jingzhengli.cn/rep/jzjh_PDF.html)
- ② 新竞争力淘宝旗舰店 (<http://item.taobao.com/item.htm?id=18325755290>)
- ③ 网络营销教学网站网苗商城 (<http://bbc.wm23.com/pro/cp/120.html>)

详情请关注新竞争力官网产品说明, 您将可能获得意想不到的收获。

拥有《网络营销竞争策略》完整版并从中获取价值, 相信这是您最正确的决定!

《网络营销竞争策略》详细目录及赠送说明: <http://www.jingzhengli.cn/baogao/jzjh02.html>

《网络营销竞争策略》完整版 PDF 格式官网在线订购: http://ma.jingzhengli.cn/rep/jzjh_PDF.html

- ❖ 听到别人在微博上呼风唤雨的消息是不是很羡慕?
- ❖ 看到搜索结果中都是竞争者的信息是不是很嫉妒?
- ❖ 想到自己公司的网站至今仍然访问者聊聊是不是很失落?
- ❖ 曾经花了很大代价却走了很多弯路是不是很无奈?
- ❖ 整日盘算着自己怎么才能做好电子商务是不是很纠结?

不管企业规模大小,现在每天都必须面对这些网络营销问题,因为,网络营销已经成为企业最基本的竞争策略之一,离开网络营销,企业将难以生存和发展!

网络营销竞争日益激烈,如何建立自己的竞争优势?答案是:网络营销,专业制胜!

《网络营销竞争策略》前言—建立网络营销的竞争优势

开展网络营销仅仅有想法是远远不够的,更重要的是要有切实可行的网络营销策略、系统的网络营销方案及可自主掌控的网络营销资源!现在,网络营销的内容体系已经非常庞大,企业网络营销竞争也十分激烈,要想在短时间内精通网络营销知识又谈何容易!显然,网络营销不是一蹴而就的工作,需要在正确的网络营销指导原则下用专业的网络营销方法来逐步建立自己的竞争优势。

从1994年网络营销诞生至今,已经历将近20年的历史,网络营销也从最初的简单应用发展到如今复杂的系统工程。网络营销是公司级的营销战略,往往不是一个人或者一个部门可以单独完成的工作,不仅涉及到公司多方面的资源支持,也离不开专业网络营销服务商提供的平台和产品,同时还需要教育及培训机构、人力资源服务等提供专业的网络营销人员等等。可见,网络营销已经成为一个高速发展的行业生态系统。

在这个网络营销行业生态系统中,企业是网络营销应用的主体,同时也是所有网络营销服务商争夺的利润来源,正是数以百万计企业的网络营销需求养活了这个庞大的网络营销产业。诚然,企业离不开网络营销服务商的支持,但是面对越来愈高的网络营销投入,你是否分析过,其中多少资金是冤枉的,又因此走了多少弯路?事实上,并非所有的网络营销产品和服务都有效,也不是所有的服务商都真的专业。所以,企业只有自己掌握了必要的网络营销知识,才能把主动权掌握在自己手里。

互联网至今仍处于高速发展阶段,网络营销方法也不断地发展演变,只有抓住网络营销的本质,掌握网络营销的核心思想和一般规律,才能从战略上把握网络营销的发展方向,减少盲目性,增强针对性,让网络营销真正成为企业有效的竞争力。

2005年初，新竞争力网络营销管理顾问 (www.jingzhengli.cn) 创办不久，我在新竞争力网络营销思想库专栏连续发布一系列有关网络营销战略思想的文章，如：[关于网络营销核心思想的解释](#)、[网站推广是个系统工程——网站推广的基本思想](#)、[网络营销是公司级的营销战略](#)等，从整体性和系统性的角度阐述了网络营销在公司中的地位、指导思想以及基本策略。这些文章的观点源于多年来对国内外数以千计的企业网络营销的调查研究，所得出的结论和一般规律至今仍然具有指导意义，不会在短期内发生根本性的改变。正是这些经过长期实践和研究形成的原则和规律，成为《网络营销竞争策略》(精华版)的总体指导思想。

事实上，这些网络营销原理和系统思想，早在2004年10月由清华大学出版社出版的《[网络营销基础与实践](#)》第2版 (冯英健 著) 中就已有系统介绍，包括首创的多个对网络营销有重要影响的理论和方法，如网络营销信息传递原理、网络营销导向的企业网站建设原则、整体网站优化思想和方法、搜索引擎营销的目标层次原理、搜索引擎优化的核心思想、网站易用性与搜索引擎优化的一致性、网站推广的系统性及阶段性思想等等。在2007年2月《[网络营销基础与实践](#)》第3版中这些理念和方法得到了进一步的发展和提升。

2006年5月，中国互联网协会委托新竞争力网络营销管理顾问联合业界企业发起建立“企业网站建设指导规范”，我作为发起人并承担规范起草工作。2007年5月，中国互联网协会《企业网站建设指导规范纲要》(征求意见稿)发布，其核心内容共8类72条，包括企业网站的一般原则、技术规范、网站功能和内容、网站优化、网站可信度、网站运营管理等(2009年7月发布正式版)。这些规范内容都是新竞争力对企业网络营销状况系统研究及实践经验的总结，对于企业网站建设及运营维护具有长期指导意义。

当然，网络营销环境一直处于不断发展演变之中，新的网络营销方法和产品不断出现，在掌握网络营销系统性原则的基础上，还需要不断研究新的互联网应用和发展趋势，这样才能让企业网络营销策略与不断变化的互联网环境相适应，保持持久的竞争优势。

作为新竞争力网络营销管理顾问的创始人，我从1998年开始系统的网络营销实践及研究，并且至今仍乐此不疲，几乎是陪伴着中国的网络营销行业在不断成长。我们将在《网络营销竞争策略》(精华版)中与您分享我们15年研究的丰硕成果及众多网络营销顾问服务的真实案例与解决方案，我们也希望，这些多年积累的知识资源能为您创造真正的价值。

新竞争力网络营销管理顾问创始人 冯英健

博客：<http://www.jingzhengli.cn/blog/fyj>

微博：<http://weibo.com/fyj>

Email:fyj@jingzhengli.cn

《网络营销竞争策略》(精华版) 内容提要

“网赢天下”系列之《网络营销竞争策略》(精华版)一书，浓缩新竞争力网络营销管理顾问15年研究及顾问服务的精华，在把握网络营销的全局性、系统性及持续性原则的基础上，通过对网络营销资源价值的深入挖掘，构建企业网络营销竞争策略体系及有效的网络营销方案，让企业网络营销更专业、效果更显著。

作为最具参考价值的一部中高级网络营销方案设计与竞争指南，《网络营销竞争策略》(精华版)有别于常见的网络营销教材或普及读物，本书对新竞争力通过实践及研究得出的网络营销经典理论再次进行提炼和升华，并以此作为企业网络营销战略的总体指导原则，通过对企业网站基本要素及网络营销主要方法应用状况的调查分析，归纳出网络营销信息传递系统设计的原则和一般规律，并总结了具体的操作模式和操作技巧，而众多经典的网络营销案例分析与系统解决方案，对企业具有普遍的启发性和可复制性。本书适合于具有一定网络营销认识及实践体验的中高级企业管理人员、网络营销从业人员参考，也是网络营销教学及研究不可多得的参考资源。

《网络营销竞争策略》(精华版)，以新竞争力网络营销管理顾问多年实践及研究的真知灼见，助力企业，赢在专业！

《网络营销竞争策略》(精华版) 六大特点：广·深·高·速·真·经

- 【广度】：从企业网站整体优化到各种主流网络营销工具和方法的应用策略；
- 【深度】：基于众多企业应用状况的调查分析，洞察网络推广的问题和奥秘；
- 【高度】：把握网络营销的全局性、系统性、持续性，让网络营销技高一筹；
- 【速度】：快速放大互联网工具的网络营销价值充分体现网络推广综合效果；
- 【真实】：翔实而丰富的调查数据真实客户的网络营销方案，极具参考价值；
- 【经典】：浓缩新竞争力网络营销管理顾问15年研究众多成果的经典精华。

《网络营销竞争策略》(精华版) 五大组成部分：

- 第1部：网络营销战略篇：把握网络营销的全局性和系统性
- 第2部：网络营销资源篇：挖掘互联网资源的网络营销价值
- 第3部：网络营销策略篇：规划并建设网络推广的综合渠道
- 第4部：网络营销竞争篇：部分行业网络营销状况的调查分析
- 第5部：网络营销方案篇：经典案例、解决方案与一般规律

《网络营销竞争策略》详细目录及赠送说明：

<http://www.jingzhengli.cn/baogao/jzjh02.html>

《网络营销竞争策略》详细目录及赠送说明：<http://www.jingzhengli.cn/baogao/jzjh02.html>

《网络营销竞争策略》完整版PDF格式官网在线订购：http://ma.jingzhengli.cn/rep/jzjh_PDF.html

内容节选：第1部 网络营销战略篇

面对庞杂的网络营销内容体系及服务市场,如何把握网络营销的全局性和系统性?新竞争力网络营销管理顾问15年实践及研究的经典理论与方法体系的再次提炼和升华,成为企业制定网络营销战略的参考准则。

作为企业级的网络营销战略制定者,您有必要充分认识下列问题的重要性。

- ①网络营销的一般原则及指导思想;
- ②网络营销信息传递原理与网络营销的一般策略;
- ③网络营销的内容及目标;
- ④企业网络营销实施的主流方法体系。

1. 网络营销的一般原则、策略与方法

由于网络营销内容体系越来越庞大,面对越来越多的网络营销产品和服务,应该如何做出选择?网络营销应该面面俱到还是重点突破?网络营销到底应该包括哪些内容?谁才能决定公司的网络营销战略?

1.1 网络营销的一般内容及指导思想

根据新竞争力网络营销管理顾问 (www.jingzhengli.cn) 的长期研究,到目前为止,网络营销的研究可归纳为三个层次:

第一层,网络营销的职能体系(在新竞争力网络营销管理顾问创始人冯英健2002年1月出版的专著《网络营销基础与实践》第一版中首次系统描述);

第二层,网络营销的信息传递原则(出版于2004年10月的《网络营销基础与实践》第2版中首次提出,成为网络营销的经典理论之一);

第三层,网络营销的顾客价值(2013年出版的《网络营销基础与实践》第4版中首次提出)。

上述网络营销的三个层面形成了相互关联的网络营销内容层次,分别解释了网络营销的职能范围、网络营销的一般指导思想以及网络营销的最终价值。网络营销的三个层次,分别属于网络营销的战术、策略以及战略层面,解释了网络营销的内容、方法及原则。

将网络营销研究三个层次的关系用图形表示,可以发现,三者的组合构成了一个“人体结构”的框架(如图1-1)。因此在《网络营销基础与实践》第4版中,新竞争力网络营销管理顾问创始人冯英健将其称之为“网络营销体系的人体结构模型”。

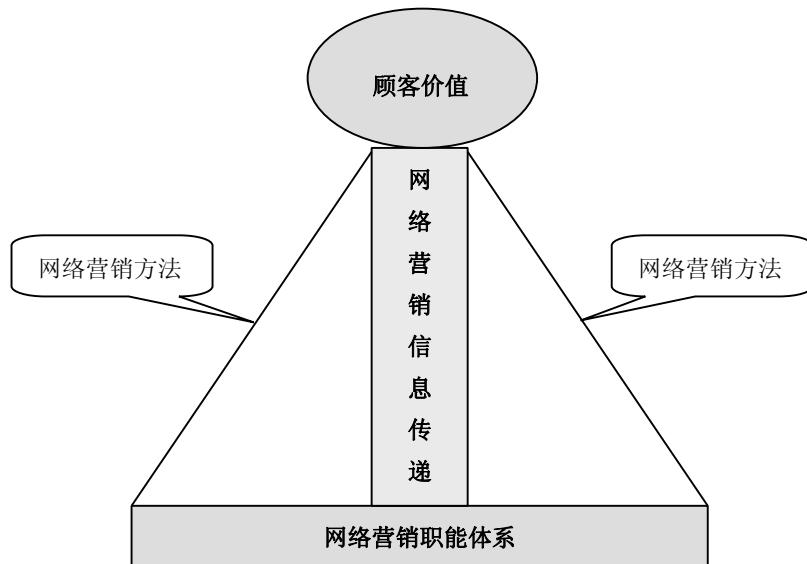


图 1-1 网络营销体系的人体结构模型示意图

网络营销体系人体结构模型的组成部分如下:

第一部分:网络营销职能体系,构成了“人体”的基础,是网络营销的战术层次,解释了企业为什么要开展网络营销;

第二部分:网络营销信息传递,构成了“人体”的躯干,是网络营销的策略层次,也是实现顾客价值的支撑体系,解释了如何开展网络营销工作;

第三部分:网络营销顾客价值,构成了“人体”的头部,是网络营销的战略层次,体现了网络营销的最终目标和一般原则。

此外,作为与三个部分都相关的支撑部位,即贯穿于整个网络营销活动各个层面中的网络营销方法,则可用“人体”的双臂来表达。

由此可见,网络营销是一个系统性的工程,决不仅仅是建个网站、投点广告、买几个产品可以解决的问题。而且,网络营销应坚持正确的指导原则,即实现顾客价值。

1.2 企业网络营销的实施: 网络营销方法总览

只有可有效实施的网络营销策略才有实际意义,也只有通过合理的网络营销方案设计与方法才能实现网络营销的目标。网络营销方法是对互联网工具、资源和服务的有效应用,每

一种互联网工具和资源都相应地可以产生一种或多种网络营销方法,例如常用的信息获取工具包括搜索引擎、电子邮件、即时通讯等,相应地就有搜索引擎营销方法、电子邮件营销方法、即时通讯营销方法等。

本节将目前常用的 15 种网络营销方法及其可实现的网络营销价值(职能)进行综合整理,以便在制定网络营销方案时参考选择(见表 1-4)。这些常用方法包括:网站运营及网站优化方法、网站内部资源营销、关联网站营销、搜索引擎营销、网络广告、网站资源合作、B2B 电子商务平台营销、B2C 电子商务平台营销、WIKI 平台营销、WEB2.0 网络社区营销、许可 Email 营销、博客营销、SNS 营销/微博营销、网络会员制营销、病毒性营销方法、移动网络营销方法等。

表 1-4 15 种主流网络营销方法简介

网络营销方法	方法简介及主要作用	相关的职能
网站运营及网站优化方法	包括三个方面的含义,即:对用户优化、对网络环境(包括搜索引擎等)优化、对网站维护的优化。	品牌形象、网站推广
网站内部资源营销	网站内部推广资源可分为三类:网站内容资源、站内广告资源、站内链接资源。	品牌形象、网站推广
关联网站营销	关联网站营销(俗称“站群”的四种基本类型:产品关联型、品牌关联型、服务关联型、营销关联型	网站推广、信息发布、在线销售
搜索引擎营销	搜索引擎的作用:网站推广工具、网络品牌传播渠道、产品网络推广工具、网上市场调研工具、网站优化检测工具以及为竞争对手制造网络推广壁垒等。	网站推广、销售促进、品牌形象、网上调研
网络广告	网络广告的常见形式包括:网页展示类广告、关键词广告、邮件广告、赞助式广告、引导广告、视频广告等。	网站推广、销售促进、品牌形象
网站资源合作	利用网站的资源与合作伙伴开展合作,通过资源共享,实现双方网络推广的目的。	网站推广、品牌推广
B2B 电子商务平台营销	B2B 电子商务平台的网络营销价值包括三个方面	信息发布、网络推广

B2C 电子商务平台营销	B2C 电子商务平台具有五个方面的网络营销价值	信息发布、在线促销、网上销售
WIKI 平台营销	WIKI 的网络营销价值体现：利用词条内容直接展示企业的信息、通过词条的知识分享实现网络推广、添加网址链接增加外链。	信息发布、网络推广
WEB2.0 网络社区营销	包括：用户问答式网络社区、社会化网络平台、在线百科等。	信息发布、网络推广、在线顾客服务、网络调研
许可 Email 营销	许可 Email 营销三个基本因素：基于用户许可、通过电子邮件传递信息、信息对用户是有价值的。	网络推广、顾客关系、顾客服务、在线促销、网络调研
博客营销	博客营销是一种基于个人知识资源的网络信息传递形式。	信息发布、网络推广、在线顾客服务
SNS 营销/微博营销	微博营销的 6 个步骤：选择微博平台、完善微博账户设置、获得尽可能多的关注者、微博信息源创作及发布、营造企业微博营销环境、放大微博传播效应。	网络推广、信息发布、顾客关系、顾客服务、在线促销、网络调研
网络会员制营销 (网站联盟)	网站联盟具有七大网络营销功能	网络推广、信息发布、在线促销、网上销售
病毒性营销方法	病毒性营销是一种快速放大网络信息传播的模式，并不仅依赖于某种网络营销工具，而是多种网络营销思想和方法的综合应用。	网站推广、网络品牌
移动网络营销方法	移动网络营销方法不只是一种方法，而是一系列基于移动互联网的方法组合。	网站推广、信息发布、顾客关系、顾客服务和网上调研/品牌形象、销售促进、在线销售

每一种网络营销方法都需要依赖于一种或者多种网络营销工具。网络营销方法得以实现，离不开网络营销工具和资源。在一定程度上可以说，网络营销的竞争，就是网络营销资源的竞争。

《网络营销竞争策略》详细目录及赠送说明：<http://www.jingzhengli.cn/baogao/jzjh02.html>

《网络营销竞争策略》完整版 PDF 格式官网在线订购：http://ma.jingzhengli.cn/rep/jzjh_PDF.html

内容节选：第2部 网络营销资源篇

研究和制定企业网络营销战略，首先有必要明确企业可掌控的网络营销资源。了解网络营销资源并充分挖掘其网络营销价值，是企业有效开展网络营销的必要条件。

新竞争力网络营销管理顾问的系统研究发现，了解并有效利用这些网络营销工具与资源的价值是十分必要的：

- ①企业官方网络营销信息源；
- ②企业信息发布与传递一体化的网络资源；
- ③用户获取信息的常用互联网服务资源；
- ④第三方网络营销服务平台资源；
- ⑤网络营销管理分析工具。

2. 网络营销资源及其网络营销价值

为了分析工具和资源的网络营销价值，新竞争力网络营销管理顾问将常用网络营销工具和资源之间的相互关系表示如下（图2-1）。

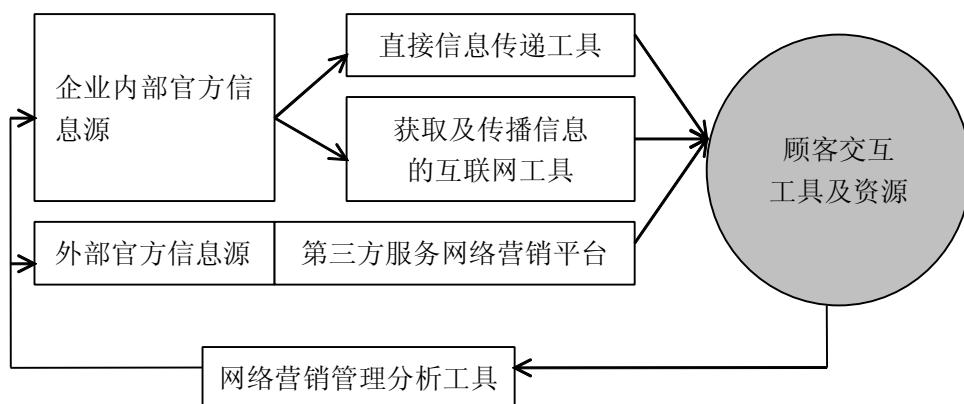


图 2-1 网络营销工具和资源体系关系示意图

可以看出，正是这些网络营销工具，在企业从网络营销信息源发布、信息传递、用户交互及管理分析的过程的各个环节发挥着应有的作用。

本章内容包括：

2.1 企业官方网络营销信息源的价值及运营模式

《网络营销竞争策略》详细目录及赠送说明：<http://www.jingzhengli.cn/baogao/jzjh02.html>

《网络营销竞争策略》完整版 PDF 格式官网在线订购：http://ma.jingzhengli.cn/rep/jzjh_PDF.html

- 2.1.1 企业官方网络信息源的网络营销价值
- 2.1.2 企业官方网络信息源及其运营管理模式
- 2.2 企业信息发布与传递一体化的网络资源
- 2.2.1 B2B 电子商务平台的网络营销价值
- 2.2.2 B2C 网上商店平台的网络营销价值
- 2.2.3 开放式百科平台 (WIKI) 的网络营销价值
- 2.3 用户常用互联网服务的网络营销价值
- 2.3.1 搜索引擎的网络营销价值分析
- 2.3.2 电子邮件的网络营销价值
- 2.3.3 即时通信工具 (即时信息) 的网络营销价值
- 2.4 第三方网络营销服务平台资源
- 2.4.1 第三方博客平台的网络营销价值
- 2.4.2 网站联盟平台的网络营销价值
- 2.5 网络营销管理分析工具及其网络营销价值

内容节选：第3部 企业网络营销策略篇

网络营销信息传递，即网络推广渠道的规划建设是决定网络营销效果的核心要素，如何制定有效的企业网络营销策略？浓缩新竞争力网络营销管理顾问 20 多部研究报告和网络营销专著的精华，归纳出网络营销信息传递系统设计的原则和一般规律，并总结了具体的操作模式和操作技巧，让您的网站运营、网站优化及网络推广方案更规范更专业——网络营销，专业致胜！

新竞争力系统研究并经过实践检验的重要网络营销策略包括：

- ①企业网站优化策略 【核心内容选自 [《企业网站优化策略研究报告》](http://www.jingzhengli.cn/baogao/wso.html) (研究报告简介: <http://www.jingzhengli.cn/baogao/wso.html>)】
- ②B2B 平台推广策略 【本章内容已包含 [《中小企业 B2B 平台推广策略研究报告》](http://www.jingzhengli.cn/baogao/b2b.html) 的重要内容及研究结论】
- ③企业 B2C 网站运营策略 【本章内容已包含 [《企业 B2C 网站运营策略研究报告》](http://www.jingzhengli.cn/baogao/b2c.html) 的重要内容及研究结论】
- ④企业博客营销策略 【最新最全的博客营销指南】
- ⑤企业微博营销策略 【最有价值的微博营销模式及运营管理】
- ⑥关联网站营销策略 【系统的站群营销模式和方法】

《网络营销竞争策略》详细目录及赠送说明: <http://www.jingzhengli.cn/baogao/jzjh02.html>

《网络营销竞争策略》完整版 PDF 格式官网在线订购: http://ma.jingzhengli.cn/rep/jzjh_PDF.html

⑦在线百科推广策略【本章内容已[《企业百科推广策略研究报告》](#)的主要资源及实施方法】

3. 网站优化策略

系统的网站优化的思想和方法最早出现在《网络营销基础与实践》第二版(冯英健 著,清华大学出版社, 2004 年)。网站优化的基本思想包括三个方面的含义,即:对用户优化、对网络环境优化(包括搜索引擎等)、对网站维护的优化。

网站优化通常是指对企业官方网站(或者关联网站)的系统优化,是从网站策划建设到运营、改版升级等所有环节都要重视的问题。网站优化的基本方法是通过对网站功能、网站结构、网页布局、网站内容和服务等关键要素的合理设计,使得网站的功能和表现形式达到最优效果,可以充分表现出网站的网络营销功能,为实现顾客价值发挥积极作用。网站优化思想和方法不仅适用于企业官方网站,也适用于关联网站等其他任何形式的独立网站。

系统的网站优化是中小企业网络营销取得成效的基础,但由于种种因素的制约,网站优化也是中小企业网站最薄弱的环节,由此导致大量中小企业网站难以产生应有的价值,在激烈的网络营销竞争中处于劣势地位,甚至对企业的生存和发展造成了严重的影响。

新竞争力温馨提醒: **网站优化不只是搜索引擎优化,更不只是搜索引擎排名!**

为系统描述中小企业网站优化的总体架构及各项具体指标,新竞争力网络营销管理顾问根据多年研究制定的、在国内外居于领先地位的网站优化指标体系(其中多项指标被列为中国互联网协会企业网站建设指导规范),以传统工商企业为背景,对中小型企业网站各项基本要素进行了详细的调查分析,全面分析了企业网站建设及运营维护中影响网站优化(包括搜索引擎优化)的各种问题,并提出了详细的优化设计建议,同时提供了企业网站各项基本要素评价指标,包括网站结构、网页布局、网站内容、网站链接、用户易用性、搜索引擎友好性等。

新竞争力发布的《企业网站优化策略研究报告》以中小企业网站为研究对象,从网站内部要素优化和外部要素优化两个方面对网站优化问题进行了系统的调查和分析,发现了企业网站优化中存在的基本问题,归纳总结了企业网站优化的一般内容及实施网站优化的风险,并提出了有效实施网站优化的十大问题及建议。

新竞争力网络营销管理顾问的《企业网站优化策略研究报告》对所有中小企业制定和实施网站优化策略具有普遍的指导意义,是一部名副其实的,最专业、最系统的**中小企业网站优化指南**。

《网络营销竞争策略》详细目录及赠送说明: <http://www.jingzhengli.cn/baogao/jzjh02.html>

《网络营销竞争策略》完整版 PDF 格式官网在线订购: http://ma.jingzhengli.cn/rep/jzjh_PDF.html

本章网站优化策略的主要内容根据《企业网站优化策略研究报告》(<http://ma.jingzhengli.cn/rep/wso10.html>)改编。该报告的研究方法和结论不仅可供网络营销研究专业人士参考，也可以作为企业网站优化的操作指南，无论对网站建设/网站优化服务商，还是对企业网络营销人员，均有参考、研究及借鉴价值。

网站优化策略的主要内容包括：

- 3.1 企业网站优化的概念及意义
 - 3.1.1 网站优化的基本含义及概念解释
 - 3.1.2 网站优化对建设网络营销导向企业网站的意义
- 3.2 企业网站优化主要内容及评价指标
 - 3.2.1 企业网站优化的主要内容
 - 3.2.2 企业网站优化评价指标体系
- 3.3 用户获取信息优化
 - 3.3.1 网站栏目结构与网站导航
 - 3.3.2 网站首页有效信息
 - 3.3.3 产品分类和产品目录
 - 3.3.4 产品介绍信息
 - 3.3.5 网站介绍信息
 - 3.3.6 网站联系方式
 - 3.3.7 到达内容页面点击次数
 - 3.3.8 机械企业网站基本要素优化调查
- 3.4 网站结构优化
 - 3.4.1 网站导航与栏目结构层次
 - 3.4.2 网站首页结构优化
 - 3.4.3 网站主栏目（一级栏目）页面优化调查分析
 - 3.4.4 产品内容页面结构优化
 - 3.4.5 动态格式网页与静态网页格式
 - 3.4.6 企业网站结构优化问题与对策综述
- 3.5 网站内容优化
 - 3.5.1 网站首页内容优化
 - 3.5.2 网站主栏目页面优化
 - 3.5.3 产品内容页面优化
 - 3.5.4 企业网站内容优化问题与对策综述
- 3.6 网站网页布局优化

- 3. 6. 1 网站首页网页布局优化
- 3. 6. 2 网站主栏目网页布局优化
- 3. 6. 3 详细内容网页布局优化
- 3. 6. 4 网页布局设计搜索引擎优化问题与对策综述

3. 7 网站链接优化

- 3. 7. 1 网站内部链接准确性调查
- 3. 7. 2 网站外部链接数量对比分析 (2006/2010)
- 3. 7. 3 机械企业网站链接状况综述
- 3. 8 企业网站优化改版案例分析
- 3. 8. 1 案例一：网站优化状况为什么越来越差？
- 3. 8. 2 案例二：搜索引擎收录网页数量为什么在下降？
- 3. 9 企业网站优化实施的十大问题及建议
 - (1) 网站优化是外包还是自己操作？
 - (2) 如何制定网站优化的效果评估指标？
 - (3) 谁才能为网站优化的最终效果负责？
 - (4) 如何评估网站优化的预算？
 - (5) 网站优化工作什么时候算完成？
 - (6) 网站优化实施工作量最大部分的是什么？
 - (7) 网站优化中最重要的细节问题有哪些？
 - (8) 网站优化改版的常见风险有哪些？
 - (9) 网站改版对网站优化影响最大的问题有哪些？
 - (10) 网站优化改版的一般原则是什么？

企业网站优化策略结语：

3. 7 网站链接优化

除了用户直接输入网址访问之外，其他网站链接是企业网站得以有效传播的重要渠道，用户和搜索引擎都顺着网站的外部链接或内部链接对网站进行访问。网站链接在搜索引擎优化中有着特殊的意义，以 google 为例，网站内外链接的质量和数量将作为它对网页重要性定级的重要标准，即 PageRank 值，从而影响到网页的搜索引擎排名表现。

3. 7. 1 网站内部链接准确性调查

网站内部链接准确性是保证网站内容赖以存在的前提。内容的准确性指标分为 5 个等级：

《网络营销竞争策略》详细目录及赠送说明：<http://www.jingzhengli.cn/baogao/jzjh02.html>

《网络营销竞争策略》完整版 PDF 格式官网在线订购：http://ma.jingzhengli.cn/rep/jzjh_PDF.html

内链错误率低于 3%，错误率为 3—5%，错误率为 6—10%，错误率为 11—20%，错误率大于 20%。网站内链错误率调查数据，采用 2010 年 10 月的最新调查结果。

表 3-4：企业网站内部链接错误率调查

	网站总数	数量	百分比 (%)
内链错误率 <3%	110	60	54. 5%
内链错误率 3—5%	110	9	8. 2%
内链错误率 6—10%	110	13	11. 8%
内链错误率 11—20%	110	19	17. 3%
内链错误率 >20%	110	9	8. 2%

资料来源：《机械企业网络营销策略研究报告》，新竞争力。2010 年 10 月

由于大部分企业网站内页数量不多，因此超过一半的网站内部链接准确性较好，这是中小型企业网站的优点之一。调查结果也表明，企业网站内部链接错误有两级分化的现象，内部链接错误率较小的网站达到 54. 5%，同时内部链接错误率超过 11% 的网站合计达到 25. 5%，而错误率在 3—5% 之间的网站占 8. 2%。

重要结论：内部链接错误是网站运营比较严重的问题之一，网站内部链接错误率调查数据表明，超过 1/4 的机械企业网站缺少有效的网站运营管理。

3. 7. 2 网站外部链接数量对比分析（2006/2010）

网站外部链接是指存在于其它网站上的、指向该网站的链接。通过网站外部链接数量可以看出一个网站的链接广度。企业在其它网站上所做的推广也往往会通过外部链接显示出来。因此，通过外部链接往往可以看出网站进行推广的力度。拥有较多数量的高质量外部链接是搜索引擎友好的表现，最终影响到网站的搜索引擎排名。如果网站内部优化情况不好，只能通过网站对外宣传推广来获得更多访问量。

在新竞争力发布于 2006 年 3 月的《机械企业网站优化及评价研究报告》中，将网站外部链接数量分为 5 个等级：0，1—3，4—6，6—10，11 个以上链接，使用搜索引擎雅虎中文外部链接查看命令：link:<http://www.site.com> 对网站进行统计，因为雅虎搜索引擎的该命令可以查看到一个网站所做的大部分外部链接工作，而 google 只能查到极少部分。调查结果如下：

表 3-5: 企业网站外部链接数量调查结果 (2006 年)

	外部链接 0	1-3 个	4-6 个	7-10 个	11 个以上
网站数量	3	7	4	9	82
所占比例	2. 9%	6. 7%	3. 8%	8. 7%	79. 6%

资料来源:《机械企业网站优化及评价研究报告》,新竞争力,2006 年 3 月

调查数据显示,将近 80% 的网站外部链接数量超过 11 个,但仍然有 2.9% 的网站的外部链接数量为 0,合计 19.2% 的网站外部链接在 1—10 个之间。

根据新竞争力发布于 2010 年 10 月的《机械企业网络营销策略研究报告》,对样本企业网站外部链接数量进行调查结果,外部链接为 0 的仅为 0.9%,外链数量 1—10 个的也降低到 11.8%,合计 82.3% 的企业网站外部数量超过 11 个,超过 200 个外链的网站已经达到 23.6%。显然,企业对网站外部链接的重视程度得到了明显的提升。

表 3-6: 110 机械企业网站链接数量调查

	0 链接	1-10 个	11-20 个	21-50 个	51-100 个	101-200 个	>200 个
网站数量	1	13	12	27	17	14	26
所占比例	0.9%	11.8%	10.9%	24.5%	15.5%	12.7%	23.6%

资料来源:《机械企业网络营销策略研究报告》,新竞争力。2010 年 10 月

综合各项研究成果,网站外部链接数量与 PR 值之间并非完全正相关。因此,新竞争力建议:关于网站外部链接数量,没有一定的标准,如果是高质量的,一般来说 10 个以上即可,在资源具备的情况下,可以不断增加外部链接的数量。

4. 基于 B2B 平台的网络推广策略

新竞争力网络营销管理顾问通过对多个行业众多中小企业网络营销状况的研究表明,B2B 平台网络推广是目前最常用的网络推广方法之一,比搜索引擎营销和博客营销等更受企业青睐。B2B 推广获得普遍应用的主要原因在于:B2B 电子商务平台应用相对比较简单,而且大多是免费的。

由于企业自身规模及网络贸易资源的限制,在激烈的网络贸易竞争环境中,中小企业想要独立开展网络贸易显得尤其困难,借助于第三方 B2B 平台的网络推广和贸易撮合等服务,许多企业开展网络贸易更加便捷和高效。

B2B 平台的网络推广策略包括如下内容：

- B2B 平台二级域名网站内容策略
- B2B 平台二级域名网站认证策略
- B2B 平台内部网络推广资源应用策略
- B2B 平台网络推广的问题与建议
- 基于 B2B 平台的网络推广策略
- 常用 B2B 平台网站资源及推广特点介绍

新竞争力网络营销管理顾问的专题研究《中小企业 B2B 平台推广策略研究报告》，目的在于了解企业利用 B2B 平台推广的现状和问题，为中小企业有效利用 B2B 平台进行网络推广提供有效的指导。

本章节主要内容及调查数据来源于《中小企业 B2B 平台推广策略研究报告》。

研究报告简介: <http://www.jingzhengli.cn/baogao/eb2b.html>

报告主要结论: <http://www.jingzhengli.cn/baogao/eb2b2.html>

报告在线购买: <http://ma.jingzhengli.cn/rep/eb2b11.html>

详细目录：基于 B2B 平台的网络推广策略

- 4.1 B2B 平台二级域名网站及内容策略
 - 4.1.1 B2B 平台二级域名网站内容策略综述
 - 4.1.2 阿里巴巴平台二级域名网站应用情况
 - 4.1.3 ONCCC 平台二级域名网站应用情况
 - 4.1.4 B2B 平台二级域名网站产品描述合理性分析
- 4.2 B2B 平台二级域名网站认证策略
- 4.3 二级域名网站 B2B 平台内部资源应用策略
- 4.4 B2B 平台推广价值与建议
 - 4.4.1 企业应用 B2B 平台推广的效果
 - 4.4.2 B2B 平台推广价值及优势
 - 4.4.3 企业 B2B 平台推广问题总结
 - 4.4.4 新竞争力对 B2B 平台网络推广的六项操作建议
- 4.5 基于 B2B 平台网络推广的五项基本策略
 - 4.5.1 B2B 平台组合策略
 - 4.5.2 B2B 平台二级域名网站应用策略

《网络营销竞争策略》详细目录及赠送说明: <http://www.jingzhengli.cn/baogao/jzjh02.html>

《网络营销竞争策略》完整版 PDF 格式官网在线订购: http://ma.jingzhengli.cn/rep/jzjh_PDF.html

4.5.3 提高二级域名网站 B2B 平台内部网络可见度

4.5.4 提高二级域名网站外部网络可见度

4.5.5 B2B 平台与企业官方网站资源的综合利用

4.6 附录：常用 B2B 平台及网络推广特点

4.4 B2B 平台推广价值与建议

新竞争力对 B2B 平台网络推广的六项操作建议

基于系统的调查分析,新竞争力网络营销管理顾问对企业有效利用 B2B 平台进行网络推广提出六项操作建议:

- (1) 企业应加强 B2B 平台二级域名网站应用,尤其对可控因素的内容优化,如公司介绍、产品分类、产品描述等;
- (2) 提供详细的企业介绍、企业 logo、线下联系方式(固定电话和地址)、并通过相关认证等方式增加二级域名网站的可信度,并获得相关排名优势;
- (3) 及时上传新产品,并删除过期产品;
- (4) 产品发布图片应尽量清晰而且不重复,漂亮的图片可增加用户点击效果;
- (5) 充分利用平台内推广资源,如博客、论坛、wiki、供求信息、站内资讯等,在增加企业信息曝光率的同时对二级域名网站进行推广;
- (6) 针对不同 B2B 平台优势,利用多个平台进行组合推广。如阿里巴巴平台在搜索引擎中表现不够,ONCCC 平台则可弥补这个缺陷。

4.5 基于 B2B 平台网络推广的五项基本策略

新竞争力网络营销管理顾问通过对企业 B2B 平台推广的系统研究,提出企业**基于 B2B 平台网络推广的五项基本策略**:

- (1) B2B 平台组合策略;
- (2) B2B 平台二级域名网站的应用策略;
- (3) 增加 B2B 平台内部可见度的策略;
- (4) 提高 B2B 平台二级域名网站外部可见度的策略;
- (5) B2B 平台推广与官方网站资源综合利用策略。

5. 企业 B2C 网上商城构建与网站运营策略

2012 年 11 月 11 日淘宝网促销，一天内通过支付宝的成交将近 200 亿元，电子商务的火爆程度可见一斑。然而，与淘宝网店销售火爆形成巨大反差的现实是，企业自主经营 B2C 电子商务网站情况并不乐观，实际上不少企业网上商城建成已久却收效甚微，不仅网站用户体验不佳，订单也寥寥无几。这一现象表明，企业开展 B2C 电子商务还存在较多的问题。

新竞争力网络营销管理顾问在《电子信息百强企业网络营销研究报告》、《企业 B2C 网站运营策略研究报告》等研究报告中，对企业自行开展电子商务的问题状况进行的调查结果显示，企业 B2C 网上商城系统的构建、B2C 网站推广及运营管理等都需要引起高度重视。

B2C 网上商城构建与网站运营策略的主要内容包括：

- 企业构建 B2C 网上商城的模式与问题分析；
- 企业 B2C 网上商城的易用性与用户体验分析；
- 企业 B2C 网上商城的支付、配送及顾客服务模式；
- 企业 B2C 网上商城的可信度问题分析与建议；
- 企业开展 B2C 电子商务的五大阻力与建议；
- 案例分析：B2C 网站运营问题及解决方案；
- 新竞争力自主研发的企业级 B2C 独立网上商城系统简介。

【说明】：本章节调查数据和部分研究结论源于《企业 B2C 网站运营策略研究报告》。

研究报告简介：<http://www.jingzhengli.cn/baogao/eb2c.html>

报告结论要点：<http://www.jingzhengli.cn/baogao/eb2c2.html>

报告在线购买：<http://ma.jingzhengli.cn/rep/eb2c11.html>

详细目录： 企业 B2C 网上商城构建与网站运营策略

- 5. 1 企业构建 B2C 网上商城的模式与问题分析
 - 5. 1. 1 企业在第三方平台开展 B2C 电子商务
 - 5. 1. 2 企业自建 B2C 电子商务网站
 - 5. 1. 3 部分通用 B2C 网店系统介绍
- 5. 2 企业 B2C 网上商城的易用性与用户体验分析
 - 5. 2. 1 信息获取易用性
 - 5. 2. 2 企业 B2C 网站在线客服方式
 - 5. 2. 3 企业 B2C 网站购物流程的用户体验分析

《网络营销竞争策略》详细目录及赠送说明：<http://www.jingzhengli.cn/baogao/jzjh02.html>

《网络营销竞争策略》完整版 PDF 格式官网在线订购：http://ma.jingzhengli.cn/rep/jzjh_PDF.html

- 5.3 企业 B2C 网上商城的支付、配送及售后服务模式
 - 5.3.1 企业 B2C 网站支付方式调查
 - 5.3.2 企业 B2C 网站配送方式及配送费用
 - 5.3.3 企业 B2C 网站退换货政策
- 5.4 企业 B2C 网上商城的可信度问题分析与建议
 - 5.4.1 影响企业 B2C 网站可信度的主要因素
 - 5.4.2 增加 B2C 网上商城可信度的建议
- 5.5 企业开展 B2C 电子商务五大阻力与建议
 - 5.5.1 企业 B2C 网上商城构建模式的影响
 - 5.5.2 企业 B2C 网上商城购物流程的易用性问题
 - 5.5.3 企业 B2C 网上商城的服务体系不够完善
 - 5.5.4 企业 B2C 网上商城可信度建设比较薄弱
 - 5.5.5 企业 B2C 网上商城网站的优化与推广问题
- 5.6 案例分析: B2C 网站运营问题及解决方案
 - 5.6.1 B2C 网站可信度问题案例分析
 - 5.6.2 网站用户体验问题案例分析
 - 5.6.3 网站优化及推广问题案例分析
- 5.7 JZL-B2C 企业独立网上商城系统简介

5.5 企业开展 B2C 电子商务的五大阻力与建议

新竞争力的调查研究发现, **企业开展 B2C 电子商务的五大阻力因素如下:**

- (1) 企业 B2C 网上商城构建模式的影响;
- (2) 企业 B2C 网上商城购物流程的易用性问题;
- (3) 企业 B2C 网上商城的服务体系不够完善;
- (4) 企业 B2C 网上商城可信度建设比较薄弱;
- (5) 企业 B2C 网上商城网站的优化与推广问题。

5.1.1 企业 B2C 网上商城构建模式的影响

企业开展电子商务最快捷的方式即在第三方平台如淘宝商城、QQ 商城等开设网店。第三方平台具有规范的程序, 企业可快速开店, 并具有完善支付体系、配送体系、信用体系及购物流程系统, 且平台本身品牌的影响力聚集大量人气, 利于企业商城推广。但也受到相关

的限制,如企业可控因素有限,可操作性低,难以开展个性化服务;对企业品牌影响力提升有限等。因此,自建企业独立B2C网上商城是企业电子商务发展的必然。

企业自建独立B2C网上商城,可以有多种选择方案:企业完全自主开发、使用开源程序进行修改、找专业服务商订制电子商务系统等,各有优势,详见表5-2。选择合适的方式建设网上商城,是企业B2C网站建设首要考虑的问题。

电子商务管理系统(网店系统)主要功能模块包括信息流模块、资金流模块、物流模块等。其中信息流是每个网站必备的功能,而资金流和物流等是商城网站特有功能,且对网站安全性要求更高。对于中小企业来说,有限的技术资源可能无法独立开发一个网店系统,或独立开发成本过高。因此,选择采用第三方提供的网店系统,是企业快速建设独立网上商城的有效途径。但是一些通用的网店系统本身存在一些系统架构的问题,对于网上商城的运营支持较差,增加了运营的难度,一些B2C网站甚至在运营一段时间之后不得不放弃原有的网站系统,重新开发建设适合企业需要的独立网上商城系统。

5.1.2 企业B2C网上商城购物流程的易用性问题

网站易用性是保证用户回访率的主要因素之一。对于网上商城而言,用户购买决策是一个复杂的过程,用户浏览及购买过程中任何一个步骤的不完善,都有可能导致用户放弃购买,因此,网站易用性优化显得更为重要。

调查发现,企业B2C网站在用户获取信息易用性方面表现良好,能保证用户快速获取有效信息,但是购物流程用户体验表现不佳,问题主要表现在:注册流程不简洁、产品页面缺少行动召唤按钮或按钮不醒目、购物车问题、支付页面干扰信息太多、缺少支付确认信息等。

新竞争力对企业B2C网站购物流程易用性优化的建议:

- (1)注册流程应遵循简洁、快捷的原则,增加游客身份购买功能;
- (2)产品页面添加醒目的提示**购买**或加入购物车的行动召唤按钮;
- (3)在网站每个页面均加上购物车链接可方便用户随时查看购物车中商品信息并迅速进入结算流程;
- (4)保证支付页面简洁的支付信息和醒目支付按钮;
- (5)用户提交订单后,最好先对用户订单信息尤其是支付金额进行确认,再进入支付。

6. 企业博客营销策略

新竞争力网络营销管理顾问率先对企业博客营销进行系统的研究,提出了被广泛引用的博客营销定义,并发布了大量影响力广泛的研究文章。新竞争力网络营销博客也是博客营销的成功典范。

新竞争力创始人冯英健于2005年2月提出的经典**博客营销定义**:

“博客营销是一种基于个人知识资源(包括思想、体验等表现形式)的网络信息传递形式。因此,开展博客营销的基础问题是某个领域知识的掌握、学习和有效利用,并通过知识的传播达到营销信息传递的目的。”

企业博客营销策略的主要内容:

- 揭秘企业博客营销的本质和特征;
- 企业博客营销主要模式及特点;
- 博客营销三大基础:博客平台策略、内容策略、运营管理策略;
- 企业博客文章:写作原则、选题方法、表现形式、运营推广;
- 体现企业博客营销价值的各个方面;
- 提升企业博客营销效果的八项措施。

详细目录: 企业博客营销策略

- 6. 1 揭秘企业博客营销的本质和特征
- 6. 2 企业博客营销主要模式及特点
- 6. 3 企业博客营销策略: 平台、内容、运营
 - 6. 3. 1 企业博客频道的建设策略
 - 6. 3. 2 企业博客的内容策略
 - 6. 3. 3 企业博客营销的运营管理策略
- 6. 4 企业博客文章: 写作原则、选题方法、表现形式及运营推广
 - 6. 4. 1 企业博客文章写作的一般原则
 - 6. 4. 2 企业博客文章的内容选题方法
 - 6. 4. 3 网络营销导向的博客文章表现形式
 - 6. 4. 4 博客推广: 让博客文章获得最多的访问
- 6. 5 体现企业博客营销价值的各个方面**
- 6. 6 提升博客营销效果的八项措施

6.5 体现企业博客营销价值的各个方面

新竞争力根据长期的博客营销实践及国内外有关研究认为,目前博客营销的价值主要表现在下列各个方面:可以直接带来潜在用户、降低网站推广费用、为用户通过搜索引擎获取信息提供了机会、可以方便地增加企业网站的链接数量、以更低的成本对读者行为进行研究、博客是建立权威网站品牌效应的理想途径之一、减小了被竞争者超越的潜在损失、让营销人员从被动的媒体依赖转向自主发布信息。

(1) 博客可以直接带来潜在用户

博客内容发布在博客托管网站上,这些网站往往拥有大量的用户群体,有价值的博客内容会吸引大量潜在用户浏览,从而达到向潜在用户传递营销信息的目的,用这种方式开展网络营销,是博客营销的基本形式,也是博客营销最直接的价值表现。

(2) 博客营销的价值体现在降低网站推广费用方面

网站推广是企业网络营销工作的基本内容,大量的企业网站建成之后都缺乏有效的推广措施,因而网站访问量过低,降低了网站的实际价值。通过博客的方式,在博客内容中适当加入企业网站的信息(如某项热门产品的链接、在线优惠券下载网址链接等)达到网站推广的目的,这样的“博客推广”也是极低成本的网站推广方法,降低了一般付费推广的费用,或者在不增加网站推广费用的情况下,提升了网站的访问量。

(3) 博客文章内容为用户通过搜索引擎获取信息提供了机会

多渠道信息传递是网络营销取得成效的保证,通过博客文章,可以增加用户通过搜索引擎发现企业信息的机会,其主要原因在于,一般来说,访问量较大的博客网站比一般企业网站的搜索引擎友好性要好,用户可以比较方便地通过搜索引擎发现这些企业博客内容。这里所谓搜索引擎的可见性,也就是让尽可能多的网页被主要搜索引擎收录,并且当用户利用相关的关键词检索时,这些网页出现的位置和摘要信息更容易引起用户的注意,从而达到利用搜索引擎推广网站的目的。因此,博客可以作为网站内容策略的有机组成部分。

(4) 博客文章可以方便地增加企业网站的链接数量

获得其他相关网站的链接是一种常用的网站推广方式,但是当一个企业网站知名度不高且访问量较低时,往往很难找到有价值的网站给自己链接,通过在自己的博客文章为本公司的网站做链接则是顺理成章的事情。拥有博客文章发布的资格增加了网站链接主动性和灵活性,这样不仅可能为网站带来新的访问量,也增加了网站在搜索引擎排名中的优势。因此博客也常被用作搜索引擎优化中的网站链接策略。但也有一些从事SEO的工作者滥用博客文章及其评论的链接功能,制造了大量垃圾信息,成为博客管理中令人讨厌的牛皮癣。

(5) 可以实现更低的成本对用户行为进行研究

当博客内容比较受欢迎时，博客网站也成为与用户交流的场所，有什么问题可以在博客文章中提出，读者可以发表评论，从而可以了解读者对博客文章内容的看法，作者也可以回复读者的评论。当然，也可以在博客文章中设置在线调查表的链接，便于有兴趣的读者参与调查，这样扩大了网站上在线调查表的投放范围，同时还可以直接就调查中的问题与读者进行交流，使得在线调查更有交互性，其结果是提高了在线调查的效果，也就意味着降低了调查研究费用。

(6) 博客是建立权威网站品牌效应的理想途径之一

作为个人，如果想成为某一领域的专家，最好的方法之一就是建立自己的 BLOG。如果你坚持不懈的博客下去，你所营造的信息资源将为你带来可观的访问量，在这些信息资源中，也包括你收集的各种有价值的文章、网站链接、实用工具等，这些资源为自己持续不断地写作更多的文章提高很好的帮助，这样形成良性循环，这种资源的积累实际上并不需要多少投入，但其回报却是可观的。对企业博客也是同样的道理，只要坚持对某一领域的深度研究，并加强与用户的多层面交流，对于获得用户的品牌认可和忠诚提供了有效的途径。

(7) 博客减小了被竞争者超越的潜在损失

新竞争力的调查发现，到 2010 年，电子信息百强企业的博客应用非常普及，98.3%的网站具有企业博客或频道，博客几乎成为企业网站的标准配置【数据来源：《电子信息百强企业网络营销研究报告》】。可见，博客已经走进大型企业的经营活动，如果因为没有博客而被竞争者超越，那种损失将是不可估量的。“如果到现在还没有发挥博客营销的价值，那么你已经远远落后于竞争者了”。

(8) 博客让市场人员从被动的媒体依赖转向自主发布信息

在传统的营销模式下，企业往往需要依赖媒体来发布企业信息，不仅受到较大局限，而且费用相对较高。当营销人员拥有自己的博客园地之后，可以随时发布所有你希望发布的信息！只要这些信息没有违反国家法律，并且信息对用户是有价值的。博客的出现，对市场人员营销观念和营销方式带来了重大转变，博客每个企业、每个人自由发布信息的权力，如何有效地利用这一权力为企业营销战略服务，则取决于市场人员的知识背景和对博客营销的应用能力等因素。

此外，可以说，**博客推动企业进入全员营销时代**。引入企业博客之前的传统的网络营销工作通常只与网站维护人员和市场人员有关，企业博客作为企业网站内容的一部分，每个员工的博客文章都是网络营销信息源的组成部分，相当于每个人都直接参与了网络营销活动。

博客的营销价值还有待市场研究和实践人员的进一步挖掘，尤其是随着社会化网络营销的深化，企业官网网站、官方博客、官方微博的“三官整合策略”，将博客营销推向更高的层次，同时也提出了更高的要求。

7. 企业微博营销策略

如果说博客营销的内容选题、写作、编辑技巧及推广有一定专业门槛的话，那么每条最多可发布 140 字的微博则完全扫平了专业因素的障碍，因而微博营销的发展速度异常迅猛。

“**如果错过了太阳时你流了泪，那么你也要错过群星了。**”模仿印度诗人泰戈尔的这句名言，在社会化网络营销时代，应该这样表达：“**如果错过了博客时你流了泪，那么你也要错过微博了。**”

新竞争力的肺腑之言：企业官网、官博、官微都已成为必不可少的官方网络营销信息源，企业网络营销的“三官整合、三官齐下”策略已成当务之急！

对于企业微博营销策略，新竞争力的研究结论包括：

- 微博营销与博客营销的相互关系；
- 企业微博营销的模式及选择；
- 企业微博营销运营方案的内容；
- 企业微博运营管理规范；
- 体现企业微博营销效果的九个方面；
- 提高企业微博营销效果的九项措施。

详细目录：企业微博营销策略

- 7. 1 微博营销与博客营销的相互关系
- 7. 2 企业微博营销的模式选择
 - 7. 2. 1 企业微博账户的常见形式
 - 7. 2. 2 企业微博营销的八种常见模式
 - 7. 2. 3 企业资源与微博营销模式选择
- 7. 3 企业微博营销运营方案的内容
- 7. 4 企业微博运营管理规范
- 7. 5 体现企业微博营销效果的九个方面
- 7. 6 提高企业微博营销效果的九项措施

7.3 企业微博营销运营方案的内容

正如成功的网站是运营出来的一样，成功的微博也是运营出来的。网站运营，以网站内容维护及网站推广为主要工作，微博运营也是同样的道理，只是微博推广的方式相比网站来说要简单而直接，即直接面向用户：用户既是信息的接收者，也是信息的传播者，离开用户资源，微博营销也就无从谈起。

因此，微博营销运营方案的核心是用户：用户来源、用户数量、用户活跃程度、用户对所发布信息的关注和兴趣，以及用户对信息的互动与再传播等。简单来说，**微博运营就是以用户为核心的信息传递与交互。**

我们通过微博平台可以看到许多正在进行中的企业微博活动，每个活动的背后必然都有一个“微博营销方案”。这些方案通常都是阶段性的，或者针对某项推广内容进行的微博营销，属于短期微博营销方案。企业微博运营是长期的、连续的，在微博运营过程中可能穿插一定的短期的活动。因此，企业微博营销运营方案应该是长期方案和短期活动相结合，长期方案是微博营销的总体规划，也是应重点研究的内容。

制定一个切实可行的企业微博营销方案，是企业微博营销可持续性发展的基本要求，通常需要经过分析评估、资源积累、系统推广及效果显现阶段。

一般来说，**企业微博营销方案大致应包括下列三个方面的内容：**内容策略、用户策略、推广策略。

(1) 企业微博的内容策略——微博内容规划

微博内容是微博运营的基础。本章前面分析过做个活跃博客的意义，活跃意味着要有源源不断的微博内容资源，而且要对用户有价值。这方面与邮件列表营销类似，定期发布内容对一些企业来说也是最大的难点之一。尤其是原创内容，往往成为制约企业微博营销的重要因素。

根据新竞争力的微博实践经验，可以把企业微博的常规内容创作思路归纳为：

- 企业日常动态：如公司新闻、新产品发布、企业文化等企业官网的常规内容；
- 官方博客信息：把发布在企业博客的精华内容推荐给微博用户；
- 顾客服务信息：产品使用及维护知识、顾客咨询问题解答、产品购买引导等；
- 市场与公关信息：促销活动、优惠券、热销产品推荐、用户好评等；
- 产品与技术信息：技术方案、技术规范分享、产品设计、用户体验等；
- 行业动态：重要的行业信息、有影响力的观点等也是常见的微博内容来源；

•微博信息转发：关注并选择性转发他人有价值的微博信息也是微博内容的重要组成部分……

除了这些可作为日常微博信息的内容之外，最能体现微博价值的，应该是原创微博内容了。原创内容选题可以很广泛，从某产品的用户行为、市场价格行情到专业术语解释等，都有各自独特的价值。以网络营销顾问服务领域为例，原创微博的内容选题包括：网络营销解决方案及案例分析、对某网络推广产品的使用体验、网络推广平台的使用技巧、调查数据分析、热点网络营销方法介绍等等。这些内容看起来不容易找到一般规律，只有在对行业进行深入研究的基础上，才能创作出有价值的微博内容，这项工作一点也不比网站内容或者博客内容创作轻松。

(2) 企业微博的用户策略——获得用户的关注及信任

实现顾客价值是网络营销的最高层次，这一指导思想在微博运营中体现得尤为突出。在微博运营中，用户期望的价值是什么？如何为用户提供价值？如何才能获得尽可能多的用户关注及信任？这就需要以顾客价值为导向的用户策略。

在微博运营中，下列几个方面无疑是提供顾客价值的基础：

- 信息价值：企业微博信息满足用户信息获取的需求；
- 顾客关系价值：用户被认可的价值，即用户被关注；
- 顾客服务价值：解决用户关心的问题，提供高效的在线服务；
- 交互传播价值：关注用户的微博内容并参与互动传播；
- 特有活动价值：为用户提供优惠券、新产品试用、奖励活动等……

由上述内容可以发现，实现用户价值实际上不过是微博运营的必然结果，并不需要增加过多的额外工作。也就是说，企业微博的顾客价值是一种经营理念，而不是经营方法，正如搜索引擎优化的目的是为了用户更方便地获取有价值的信息而不是针对搜索引擎制作内容一样。顾客价值导向应体现在网络营销的各个领域。

(3) 企业微博的推广策略——微博推广方案

日常的微博信息发布是微博营销的基础，但仅靠按部就班的日常微博更新，对用户的吸引力有限，获得新用户的速度也较慢，因此通常需要在维持企业微博日常运营的基础之上，根据需要开展必要的微博活动来扩大推广效果，如有奖活动、平台推荐、微博广告、网络口碑传播等。除了企业微博营销的常见模式之外，也可以像企业网站推广那样，通过电子邮件、QQ、名片、印刷品、产品外包装等方式，把企业微博网址告诉更多的用户，同时也可以邀请更多用户加入微博阵营，让大家通过微博实现更好的沟通。

最有效的微博推广方案,可以通过 SNS 好友圈子的多层次传播快速实现信息在更大范围的传播。微博推广的效果则取决于企业所拥有的直接或间接用户资源。因此企业微博运营方案的三个方面是相互关联、相辅相成的,微博运营与其他企业网络营销策略也一定的关联,不将微博作为孤立的网络营销分支,即企业微博运营应作为企业整体网络营销方案的组成部分。

8-12 《网络营销竞争策略》(精华版)更多内容

8. 关联网站营销(站群营销)策略

- 8. 1 企业关联网站的表现形式
- 8. 2 电子信息企业关联网站应用状况调查
- 8. 3 关联网站是如何发挥其网络营销功能的
- 8. 4 关联网站营销成功的关键因素

9. 在线百科(WIKI)营销策略

- 9. 1 在线百科平台网络推广的六种主要模式
 - 9. 1. 1 词条正文内容广告
 - 9. 1. 2 URL 链接广告
 - 9. 1. 3 词条内容图片广告
 - 9. 1. 4 图片文字注释广告
 - 9. 1. 5 词条内容中的相册广告
 - 9. 1. 6 百科词条名片广告
- 9. 2 企业在线百科词条应用现状调查
 - 9. 2. 1 企业应用最多的百科平台
 - 9. 2. 2 企业应用 URL 链接最多的百科平台
 - 9. 2. 3 企业百科词条创建及修订人
 - 9. 2. 4 企业词条访问量最高的百科平台
- 9. 3 企业百科推广策略问题及建议
- 9. 4 百科平台推广策略与操作技巧
 - 9. 4. 1 百科词条的搜索引擎可见度与 WIKI 平台选择策略

《网络营销竞争策略》详细目录及赠送说明: <http://www.jingzhengli.cn/baogao/jzjh02.html>

《网络营销竞争策略》完整版 PDF 格式官网在线订购: http://ma.jingzhengli.cn/rep/jzjh_PDF.html

9.4.2 五大中文百科平台的 WIKI 词条操作技巧

9.4.2.1 WIKI 词条编辑的一般规则

9.4.2.2 百度百科词条操作要点

9.4.2.3 互动百科操作要点

9.4.2.4 搜搜百科操作要点

9.4.2.5 新浪百科操作要点

9.4.2.6 维基百科操作要点

10. 搜索引擎优化 (SEO) 运营管理策略

10.1 搜索引擎友好的网站内容策略

10.1.1 搜索引擎营销的目标层次对网站内容策略的启示

10.1.2 网站内容策略的基本方法

10.1.3 网站内容策略之一：现有网站内容资源扩展

10.1.4 网站内容策略之二：外部资源扩展

10.1.5 网站内容策略之三：文档格式优化与更新频率

10.1.6 网站内容推广的几个重要细节

10.2 搜索引擎优化的网站链接策略

10.2.1 实施网站内部链接的九大资源

10.2.2 实施网站外部链接的十一类资源

10.3 搜索引擎优化与搜索引擎作弊行为

10.3.1 什么是搜索引擎垃圾

10.3.2 搜索引擎优化作弊的后果

10.3.3 营销人员必须知道的搜索引擎优化指南

10.4 利用 SEO 关键词分析提高内容优化效果

10.4.1 案例：搜索引擎关键词访问量统计

10.4.2 分析网站统计数据之外的信息

10.4.3 搜索引擎关键词分析的期望结果

10.4.4 SEO 搜索引擎关键词分析方法

10.5 搜索引擎优化诊断指标与运营管理规范

10.5.1 新竞争力网站搜索引擎优化诊断指标简介

10.5.2 新竞争力网站搜索引擎优化规范

新竞争力关于搜索引擎优化策略的原则

第4部 网络营销竞争分析篇

网络营销就是网络竞争！网络营销就是新竞争力！企业网络营销的竞争，归根结底是“企业信息网络可见度”的竞争，只有你的企业信息网络可见度比竞争对手更高，才可以获得比竞争者更多被潜在用户发现的机会，与此同时，通过完善的企业信息源建设为顾客提供购买决策的信息价值，从而最终获得用户的信任并成为真正的顾客。

新竞争力网络营销管理顾问经过长期实践及研究，形成了包括企业信息源、信息传递渠道、行业竞争者、潜在用户在内的系统的网络营销竞争分析方法，并以此为指导制定企业网络营销竞争策略。

企业网络营销竞争分析的核心内容：

- ①新竞争力网络营销竞争分析模型
- ②机械企业网络营销状况及竞争策略【附[《机械企业网络营销策略研究报告》\(完整版 定价 1260 元\)](#)】
- ③教育培训行业网络营销状况及竞争策略【附[《教育培训行业网络营销策略研究报告》完整研究结论](#)】
- ④电子信息行业网络营销状况及竞争策略【附[《电子信息百强企业网络营销研究报告》完整研究结论](#)】

11. 企业网络营销竞争分析

- 11.1 新竞争力网络营销竞争分析模型
- 11.2 机械制造行业网络营销竞争状况调查分析
- 11.3 教育培训行业网络营销竞争状况调查分析
 - 11.3.1 《教育培训行业网络营销策略研究报告》主要内容
 - 11.3.2 《教育培训行业网络营销策略研究报告》目录
 - 11.3.3 《教育培训行业网络营销策略研究报告》主要结论
- 11.4 电子信息行业网络营销竞争状况调查分析
 - 11.4.1 《电子信息百强企业网络营销研究报告》的主要内容
 - 11.4.2 《电子信息百强企业网络营销研究报告》目录
 - 11.4.3 《电子信息百强企业网络营销研究报告》主要研究结论

第5部 网络营销案例与方案篇

本篇通过对机械制造、通讯电子、教育培训、物流运输、连锁酒店、电子商务等竞争激烈行业网络营销状况的分析，精选新竞争力网络营销管理顾问近年有代表性的客户网络营销经典案例，归纳总结企业网络营销竞争策略及解决方案的一般原则和方法，为更多的企业参考、借鉴，乃至模仿。能复制，易执行，必成功！

《网络营销竞争策略》详细目录及赠送说明：<http://www.jingzhengli.cn/baogao/jzjh02.html>

《网络营销竞争策略》完整版 PDF 格式官网在线订购：http://ma.jingzhengli.cn/rep/jzjh_PDF.html

企业网络营销案例与方案的核心内容:

- ①网络营销策略的演变与调整
- ②网站的用户体验与内容优化永无止境
- ③网站基础推广是企业网络营销的必修课
- ④系统的网站优化是网站运营必须跨越的一道坎
- ⑤竞争激烈行业网络营销的法宝
- ⑥连锁酒店行业网络营销成功的秘密
- ⑦网站诊断分析解除企业心中的隐痛
- ⑧外贸网站网络营销的独特问题与资源【含有[《外贸网站海外推广策略研究报告》\(修订版\)](#)完整的海外网络推广资源】
- ⑨效益型网络营销方案为企业提供捷径
- ⑩商赢推广——让搜索引擎营销方案升级

12. 企业网络营销方案与一般规律

- 12. 1 网络营销策略的演变与调整
 - 12. 1. 1 七海国际行李托运公司网络营销策略的演变
 - 12. 1. 2 七海国际网络营销方案 (2012-2013) (节选)
- 12. 2 网站的用户体验与内容优化永无止境
 - 12. 2. 1 华夏邓白氏网站内容优化案例分析
 - 12. 2. 2 广州中望 CAD 网站内容优化的几个细节
- 12. 3 网站基础推广是企业网络营销的必修课
- 12. 4 系统的网站优化是网站运营必须跨越的一道坎
 - 12. 4. 1 中国国际海运网网站优化方案
 - 12. 4. 1. 1 《中国国际海运网网站优化方案》目录
 - 12. 4. 1. 2 《中国国际海运网网站优化方案》实施注意点总结
 - 12. 4. 2 买药网网站优化方案
 - 12. 4. 2. 1 《买药网网站优化方案》目录
 - 12. 4. 2. 2 《买药网网站优化方案》实施要点
- 12. 5 竞争激烈行业网络营销的法宝
 - 12. 5. 1 长沙牛耳公司网站优化升级及推广方案
 - 12. 5. 1. 1 长沙牛耳网站优化升级方案的总体考虑
 - 12. 5. 1. 2 《长沙牛耳公司网站优化升级及推广方案》目录
 - 12. 5. 2 北大青鸟培训机构 WEB2. 0 及社会化网络推广方案
 - 12. 5. 2. 1 北大青鸟培训机构网络营销诊断分析

《网络营销竞争策略》详细目录及赠送说明: <http://www.jingzhengli.cn/baogao/jzjh02.html>

《网络营销竞争策略》完整版 PDF 格式官网在线订购: http://ma.jingzhengli.cn/rep/jzjh_PDF.html

- 12. 5. 2. 2 北大青鸟培训机构网络推广方案设计
- 12. 5. 2. 3 北大青鸟培训机构部分网络推广方法操作示例
- 12. 6 连锁酒店行业网络营销成功的秘密
- 12. 6. 1 国内主要经济连锁酒店网络营销状况调查
- 12. 6. 2 借鉴与创新：乌镇黄金水岸大酒店网络营销方案设计
- 12. 7 网站诊断分析解除企业心中的隐痛
- 12. 7. 1 中兴通讯公司网站评价报告
- 12. 7. 1. 1 中兴通讯公司网站评价方法说明
- 12. 7. 1. 2 中兴通讯公司网站评价综述（摘要）
- 12. 7. 1. 3 《中兴通讯公司网站评价报告》目录
- 12. 7. 2 三星电子网站诊断评价
- 12. 7. 2. 1 三星电子网站评价结果简述
- 12. 7. 2. 2 三星电子网站规划及运营的建议
- 12. 8 外贸网站网络营销的独特问题与资源
- 12. 8. 1 《外贸网站海外推广策略研究报告》重要结论
- 12. 8. 2 外贸营销全球网络资源大全
- 12. 8. 2. 1 外贸网络营销资源的搜集方式
- 12. 8. 2. 2 海外网站海外推广重要资源列表
- 12. 9 效益型网络营销方案为企业提供捷径
- 12. 9. 1 效益型网络营销方案简介
- 12. 9. 2 效益型网络营销的成功案例
- 12. 9. 2. 1 温岭流水线设备公司的效益型服务方案
- 12. 9. 2. 2 阿联酋旅游商务签证服务公司的效益型服务方案
- 12. 10 商赢推广——让搜索引擎营销方案升级
- 12. 10. 1 商赢推广整合搜索营销模式简介
- 12. 10. 2 商赢推广整合搜索营销客户案例

附：[《机械企业网络营销策略研究报告》\(完整版\)](#)

附录 1. 《网络营销竞争策略》订购说明

如果您认为本书对您有价值，您可以通过下列方式在线订购《网络营销竞争策略》：

- ①新竞争力官网产品中心 (http://ma.jingzhengli.cn/rep/jzjh_PDF.html)
- ②新竞争力淘宝旗舰店 (<http://item.taobao.com/item.htm?id=18325755290>)
- ③网络营销教学网站网苗商城 (<http://bbc.wm23.com/pro/cp/120.html>)

详情及优惠请关注新竞争力官网产品说明，您将可能获得意想不到的收获。

拥有《网络营销竞争策略》完整版并从中获取价值，相信这是您最正确的决定！

新竞争力联系方式如下：

客服 QQ： 412534933

联系电话： 0755-26502263

电子邮件： info2@jingzhengli.cn

附录 2. 关于新竞争力网络营销管理顾问

新竞争力网络营销管理顾问企业名称：深圳市竞争力科技有限公司 (<http://www.jingzhengli.cn>)。新竞争力由一批长期从事网络营销研究和实践的专家团队组成，定位于网络营销管理顾问，致力于提高中国企业和跨国企业本地化网络营销应用水平，提升互联网环境中企业综合竞争力。服务领域：网络营销综合研究、为大中型企业/大型电子商务网站提供网络营销策略与网站运营顾问服务、企业网络营销培训；为中小企业提供综合顾问型网络营销解决方案。

深圳市竞争力科技有限公司同时作为中国互联网协会“网络营销指南工作组”秘书处所在单位，承担中国互联网协会网站建设指导规范的制定与推进、大学生网络营销能力秀活动运营管理等工作。

在长期的网络营销研究与实践过程中，新竞争力积累了大量富有重要影响力的研究成果，发表了众多网络营销研究文章、专著和研究报告，其中新竞争力创始人冯英健的专著《网络营销基础与实践》到 2007 年已经出版第三版，并且入选国家十一五规划教材，被近千个大专院校选为网络营销专业教材，发行量超过 55 万册，在同类书籍中遥遥领先。

新竞争力不断出版的经典著作：2012 年 7 月出版 [《实用网络营销教程》](http://www.wm23.com/kejian/184187.htm) (<http://www.wm23.com/kejian/184187.htm>)，2013 年 6 月出版 [《网络营销基础与实践》第四版](http://bbc.wm23.com/zt/wm04.html) (<http://bbc.wm23.com/zt/wm04.html>)。

新竞争力更多研究成果见：http://www.jingzhengli.cn/about/about_research.htm

新竞争力所属部分网络营销与电子商务网站：

- 网上营销新观察 (<http://www.marketingman.net>)，创建于 1999 年；
- 网络营销教学网站 (<http://www.wm23.com>)，创建于 2004 年；
- 网络营销管理顾问 (<http://www.jingzhengli.cn>)，创建于 2005 年；
- 中国互联网协会网络营销指南工作组官方网站 (<http://www.wgo.org.cn>)，创建于 2006 年；
- 中国互联网协会网络营销能力秀官方网站 (<http://abc.wm23.com>)，2009 年开始运营；
- 礼氏物语礼品网上商城 (<http://www.lishiwuyu.com>)，发布于 2011 年；
- 网苗吧-网络营销知识分享平台 (<http://bbc.wm23.com>)，2013 年开始运营；

新竞争力部分客户案例:

成就客户价值是新竞争力的目标,公司为众多不同规模的电子商务网站及企业网站提供了网络营销策略、网站运营顾问、网站推广、顾问式网络营销培训等服务。部分客户名单:

- 义乌中国小商品城集团—中国小商品城网
- 环球资源
- 当当网
- 搜狗搜索引擎专题研究
- ECVV 外贸 B2B 平台
- 深圳电信网站易用性解决方案
- 中兴通讯公司网站评价与优化
- 中国国际海运网推广运营方案
- 海信手机新品网络品牌推广方案
- 七海国际货运综合网络营销方案

新竞争力网络营销管理顾问联系方式:

官方网站: <http://www.jingzhengli.cn>

官方微博: <http://weibo.com/jingzhengli>

客服 QQ: 412534933

联系电话: 0755-26502263

电子邮件: info2@jingzhengli.cn

邮政地址: 深圳市南山区科技园深南花园裙楼 A201 (邮编 518057)