



石家庄铁道大学
SHIJIAZHUANG TIEDAO UNIVERSITY

在线开放课程

网络营销

网络营销方法应用（1）

主讲：赵宁

目录



在线开放课程

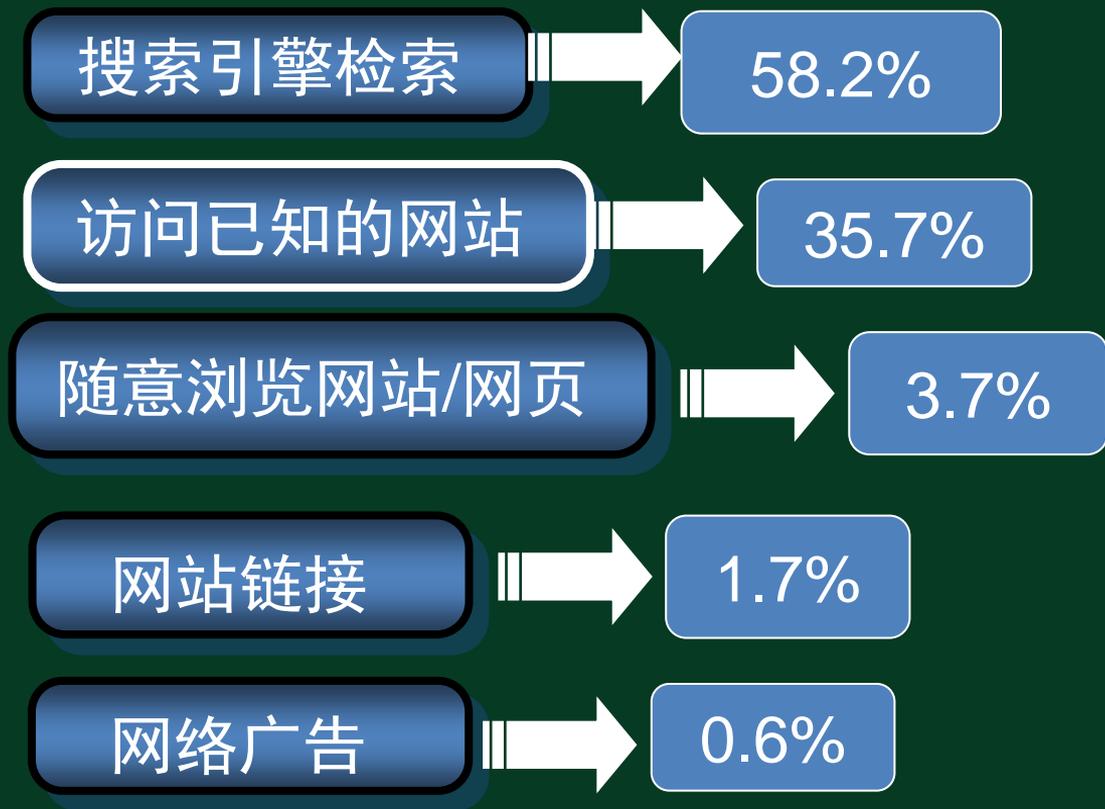
- 网络营销常用方法概述
- 搜索引擎营销的概念
- 搜索引擎营销的任务和目标层次
- 搜索引擎营销的发展
- 搜索引擎营销的分类

网络营销的常用方法概述

- 按照一个企业是否拥有自己的网站来划分，企业的网络营销可以分为两类：无站点网络营销、基于企业网站的网络营销



用户获取网络信息的常用方法



搜索引擎营销



在线开放课程

- 所谓搜索引擎营销，就是根据用户使用搜索引擎的方式，利用用户检索信息的机会尽可能地将营销信息传递给目标用户。

实现搜索引擎营销的任务



在线开放课程

- 构造适合于搜索引擎检索的信息源（使信息源被搜索引擎收录，对搜索引擎和用户友好）
- 创造网站/网页被搜索引擎收录的机会（让尽可能多的网页被收录）
- 让企业信息出现在搜索结果中靠前位置
- 以搜索结果中有限的信息获得用户关注
- 为用户获取信息提供方便（决定是否可转化为效益）

搜索引擎营销的目标层次

转化层：获得顾客

关注层：提高用户点击率

表现层：搜索结果排名位置有利

存在层：增加网站的搜索引擎可见度

搜索引擎营销的特点



在线开放课程

- 搜索引擎营销方法与企业网站密不可分
- 搜索引擎营销可以实现较高等度的定位
- 搜索引擎营销是用户主导的网络营销方式
- 搜索引擎传递的信息只发挥向导作用
- 搜索引擎营销的效果表现为网站访问量的增加而不是直接销售
- 搜索引擎营销可通过更换关键词等方式对广告效果进行控制，比一般网页上的静态广告更换要方便得多

搜索引擎营销的四个发展阶段



在线开放课程

- 第一阶段（1994—1997年）：将网站免费提交到主要搜索引擎（目录式）
- 第二阶段（1998—2000年）：技术型搜索引擎的崛起引发的搜索引擎优化策略
- 第三阶段（2001—2003年）：搜索引擎营销从免费向付费模式转变
- 第四阶段（2003年之后）：从关键词定位到网页内容定位的搜索引擎营销方式

搜索引擎的分类——分类目录

分类1：分类目录型

把网上的【资源】收集起来，由其提供的资源的类型不同而分成不同的目录，再一层层地进行分类，人们要找自己想要的信息可按他们的分类一层层进入，就能最后到达目的地，找到自己想要的信息

 open directory project

搜索引擎的分类—分类目录



在线开放课程

- 分类目录对网络营销的价值：
- 通过分类目录获取的网站基本信息的真实性相对较高；（人工审核）
- 分类目录中的网站信息作为行业分析和竞争者分析的样本来源；
- 高质量的分类目录对网站推广的价值比较明显；（专业优化设计水平不高的网站提供机会）
- 分类目录对网站PR值的作用。（影响PR值的因素之一是网站的外部链接）

分类目录对用户获取信息的缺点

- 用户需要根据目录逐级点击对所期望的信息，但并不一定能发现自己需要的信息；
- 分类目录收录的网页数量有限；
- 分类目录收录网站有限，有些网站并不登陆分类目录；
- 难以在大量同类网站中尽快获得有价值的信息，更无法获得准确信息；
- 网站信息无法得到及时更新，网站信息有效性低。

小结

- 本部分主要介绍了网络营销中常用的方法：搜索引擎营销：概念、任务和目标层次、发展和搜索引擎营销的分类中的分类目录。