



石家莊鐵道大學
SHIJIAZHUANG TIEDAO UNIVERSITY

在线开放课程

网络营销

网络营销方法应用 (3)

主讲：赵宁

目录



在线开放课程

- 1. 联属网络营销（会员制营销）
 - 亚马逊的联属方案
- 2. 网络广告
 - 网络广告投放策略
 - 网络广告类型
 - 网络广告效果评测和收费模式

联属网络营销(会员制营销)



在线开放课程

- ✓ 联属网络营销就是一个网站的所有人(owner)在自己的网站(称为联属网站, affiliate)上推广另一个商务网站(称为主力网站, merchant)的服务和商品并依据实现的销售额取得一定比例佣金的网络营销方式。

联属网络营销(会员制营销)



在线开放课程

✓ 联属网络营销的优势表现在

- ★主力网站可以通过发展联属网络以较小的花费在较短的时间内树立自己的网上品牌，实现网上销售额的快速增长
- ★联属网站可以通过加入联属网络营销计划从起点较低的内容网站迅速实现营业收入
- ★网上消费者也能从联属网络营销中获得实惠

联属网络营销



在线开放课程

- 联属网络营销发端于亚马逊书店在1996年夏推出的一种联属方案（associates program），根据这一方案，任何网站都可以申请成为亚马逊书店的联属网站，在自己的网站上推介亚马逊书店经营的图书，并依据实际售出书籍的种类和已享折扣的高低获得5~15%的佣金。

联属网络营销

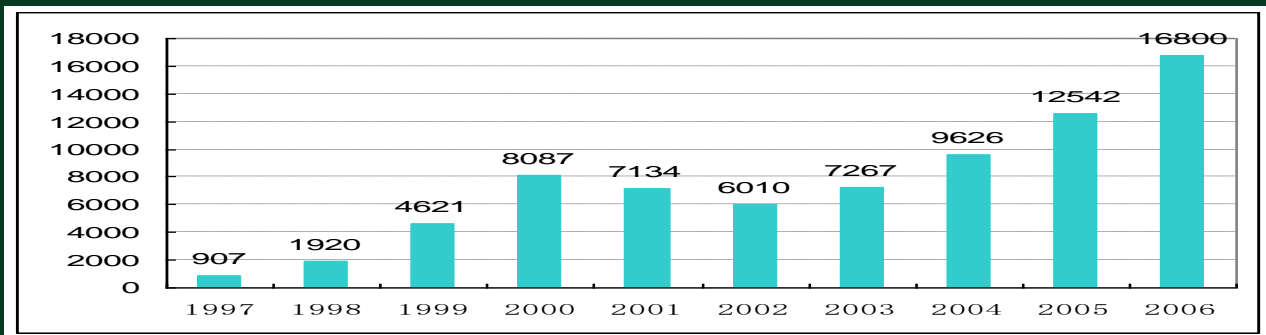


在线开放课程

- 当年加入联属营销计划的网站超过了4000家，次年夏天突破了一万家，1998年夏天达到了10万家。正是这些联属网站使得亚马逊书店声名大震，成为网上零售的第一品牌。在亚马逊书店的带动下，网上零售业者竞起效尤。今天，联属网络营销的观念，已经普及到了在网络上发展的各个行业的各种规模的公司。

网络广告

- 由于互联网发布广告有其独特优势，如制作、维护、渠道等费用较低，广告覆盖面广、广告格式丰富且具有互动性、便于统计等，以及互联网用户人数的持续增长、人们对互联网的信息依赖程度越来越高，互联网已经成为企业投放广告的重要场所。



网络广告

- ✓ 网络广告投放主要有三种策略，
 - ★ 在企业自己的网站上发布产品或服务信息，然后推广企业网站；
 - ★ 在其他企业的网站上投放广告，一般选择行业门户或综合门户；
 - ★ 借助邮件列表、新闻组、BBS、聊天室、病毒营销等手段传播广告信息。

网络广告

- 网络广告的类型
 - 按钮型广告（Button）/图标广告（Logo）。是网络广告最早和最常见的形式。通常是一个链接着公司的主页或站点的公司标志（Logo），并注明“Click me”字样，希望网站浏览者主动来点选。不足：被动性和有限性。
 - 旗帜广告（Banner）。网络媒体者在自己网站的页面中分割出一定大小的一个画面发布广告，因其像一面旗帜，故称为旗帜广告。

网络广告



在线开放课程

搜狐新闻 news.sohu.com

搜索首页 短信 彩信 邮件 校友录 搜索 商城 V 刀剑 商机 博客 BBS 说吧 搜狗 地图 S 奥运官网 NBA Engli

新闻 体育 财经 IT 数码 军事 汽车 房产 家居 娱乐圈 音乐 女人 吃喝 生活 健康 旅游 理财 股票 交友 教育 诗

天气 图铃秀 彩铃 炫图 铃声 我说两句 日月谈 出国 招聘 母婴 游戏 星座 动漫 图吧 搜狐奥运 上海广

森林狼

滚动 | 排行 | 国内 | 国际 | 社会 | 军事 | 公益 | 日月谈 | 文化 | 博客 | 访谈 | 专题库 | 图吧 | 论坛 | 网站导航 | RSS订阅

点击今日 | 新闻人物 | 争鸣 | 地球365 | 军情站 | 头条新闻 | 焦点图 | 视觉联盟 | 声音 | 逝者 | 文字版 | 手机版 | 地图版

mini复式观山洋房 佳汇 国际中心! 泛海国际 全球社区 互联网调查大奖等你拿 给女人一个完美厨房 嫁给房子还是嫁给爱情

国家新职业公共营养师 MEM-工程师的EMBA课程 沪港合作EMBA项目热招 安利健康歌投票倒计时 搞怪彩铃最酷音乐地带 迪士尼手机图片游乐场

新闻中心

2006年12月3日 周日 每日提醒: 《风景名胜区条例》正式实施, 在景区内乱扔垃圾, 可处以50元罚款。

领导人卡斯特罗没有在哈瓦那阅兵式上露面 22:01 北京网 年轻向上的力量 新闻搜索

伊利 多哈亚运 中国 搜狐 从多哈到08 亚运视频 博客军团 开幕式图库

交通拥堵成中国城市公害 公交不如自行车

[440公里城市轨道交通投入运营][公交必须国有][北京车速十年慢一倍]

- 温家宝与艾滋病致孤儿童中南海座谈 声音哽咽(图)
- 中央机关会议费标准提高为原来三倍 禁租高级宾馆
- 邓朴方称文革给中华民族带来灾难 衷心拥护以人为本
- 国际足联否决中国2014年世界杯申办资格 北京解释
- 重庆政协副主席违纪被责令辞职 曾任四川省长助理
- 陈冯富珍感谢中央政府 称当选总干事反映中国国力
- 孔玉芳任河南副省长 任亚平任内蒙古自治区副主席

点击今日 视觉联盟 有价课新闻 网友意见箱 设为首页

有空间、快乐、无界限

关闭

关闭

多哈“亚运之星”评选

网络广告与传统广告的比较

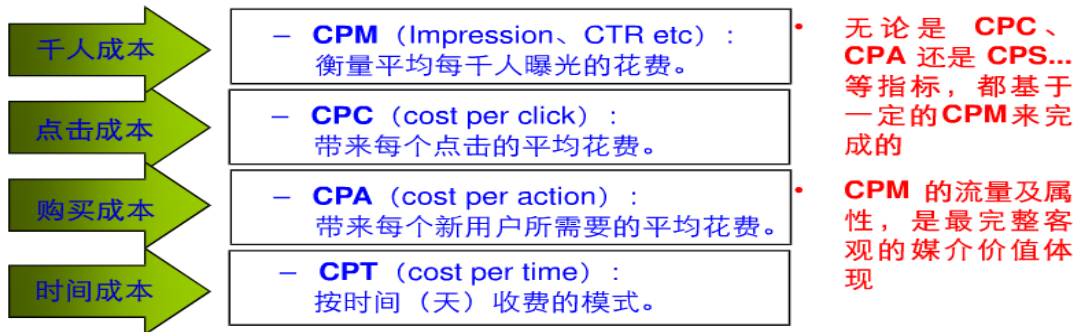


在线开放课程

	纸介媒体	电视	互联网网站
时间	制作周期长, 播报时间限制大	制作周期长、播报时间限制大	制作周期短, 24 小时不间断接纳读者 突破时间限制。
空间	版面限制大	画面限制大	突破空间限制, 自由度大
反馈效果	及时反应能力弱	及时反应能力弱	交互式服务, 反馈手段便利 及时, 可提供细致的追踪报告
检索能力	差	无	独特的检索手段, 保证资源 多次利用
宣传形式	文字、画面	画面、声音	多媒体技术, 文字、画面、声音相结合, 实现动态、有趣的宣传
读者群素质	一般	泛而杂	大专以上学历近 80%
读者投入度	一般	一般	高度集中
可统计性	不强	不强	强, 统计结果及时、准确
价格	中	高	低

网络广告效果费用指标评测方法

现有衡量网络广告效果和收费模式的相应主要指标，也是众多媒体相对强调的指标：



- 品牌广告
- 产品广告
- 促销广告
- 活动信息

对于品牌广告价值比对： $CPM > CPC > CPA$

对于产品广告价值比对： $CPC > CPM > CPA$

对于促销广告价值比对： $CPA > CPM \approx CPC$

对于活动广告价值比对： $CPA > CPC > CPM$

网络广告



在线开放课程

> 通栏广告

人民币/天

广告位置	价格说明
搜狐首页	
首屏轮换大通栏（3条，450*105）	75000
首屏导航条下通栏（760*32）	150000
首屏中下小通栏（315*50）	50000
第二大通栏（2条，590*105）	70000
第三大通栏（760*50）	25000
第四大通栏（760*50）	15000
新闻频道	
首页首屏大通栏轮换（3条，450*105）	45000
首屏导航条下通栏（760*32）	80000
首页国内/国际上通栏及国内/国际文章页上通栏	65000
首页其他位置上通栏及社会、文化文章页上通栏	40000

网络广告

- 假定在A网站投放的Banner广告在一个月內获得的效果为：产品销售200件（次），点击数量5000次；在B网站投放的Banner广告在一个月內获得的效果为：产品销售230件（次），点击数量3000次；如何判断这两次广告投放效果的区别呢？
- 根据一般的统计数字，每100次点击可形成2次实际购买，那么可以将实际购买的权重设为1.00，每次点击的权重为0.02

网络广告

- 由此A的总价值为：
 $200 \times 1.00 + 5000 \times 0.02 = 300$
- B的总价值为：
 $230 \times 1.00 + 3000 \times 0.02 = 290$
- 第二种情况获得的直接销售比第一种情况要多，但从长远来看，第一种情况更有价值。网络广告的效果除了反映在直接购买之外，对品牌形象或者用户的认知同样重要。

小结

- 本部分主要介绍了联属网络营销（会员制营销）并以亚马逊的联属方案为例进行分析，并分析了网络广告及其投放策略和类型，最后介绍了网络广告效果评测和收费模式。