



石家莊鐵道大學
SHIJIAZHUANG TIEDAO UNIVERSITY

在线开放课程

网络营销产品与价格策略

网络营销品牌策略

主讲：王学辉

目录



在线开放课程

- 2.1 网上市场品牌内涵
- 2.2 企业域名品牌内涵
- 2.3 企业域名品牌管理
- 2.4 网上域名品牌发展战略

2.1 网上市场品牌内涵

1. 网上市场品牌

- 品牌是一种信誉，由产品品质、商标、企业标志、广告口号和公共关系等混合交织形成。
- 网上品牌与传统品牌有着很大的不同，传统优势品牌不一定是网上优势品牌，网上优势品牌的创立需要重新进行规划和投资。

2.网络品牌的特征

- 网上品牌对网上市场有着非常大的影响力，网上销售受品牌影响颇大。
- 传统知名品牌与网站访问量之间没有必然的联系。

2.2 企业域名品牌内涵

1. 互联网域名的商业作用

企业在互联网上进行商业活动，同样存在被识别和选择的问题，由于域名是企业站点联系地址，是企业被识别和选择的对象，因此提高域名的知名度，也是提高企业站点知名度，就是提高企业的被识别和选择率，域名在互联网上可以说是企业形象化身，是在网上虚拟市场环境中商业活动的标识。

2. 域名商标

商标是一种名字、术语、标志、符号、设计或者它们的组合体，用来识别某一销售者或组织所营销的产品或服务，区别于其他竞争者。

(1) 域名的商标特性

域名是由个人、企业或组织申请的独占使用的互联网的标识，并对提供的服务或产品的品质进行承诺和提供信息交换或交易的虚拟地址。

(2) 域名命名与企业名称和商标的相关性

大多数商业机构注册域名与企业商标或名称有关。

3. 域名商标的商业价值

域名的知名度和访问率就是公司形象在互联网商业环境中的具体体现，公司商标的知名度和域名的知名度在互联网上是统一和一致的。

4.域名抢注问题

由于域名的惟一性，任何一家公司注册在先，其他公司就无法再注册同样域名，因此域名已具有商标、名称类似意义。

域名抢注问题的出现，一方面是一些谋取不当利益者利用这方面法律真空和规章制度不健全钻空子，更主要的是企业还未能认识到域名在未来的网上市场商业模式中的类似商标作用。

2.3 企业域名品牌管理

1.域名的命名原则

- 域名的选取和命名是以英文字母为基础进行的，由于域名越短越容易记忆和使用，以及顶级域名的国际标准规定，使得域名选择有很大的局限性。
- 企业还面临域名被抢先使用或类似使用的障碍。



域名命名首先要按照国际标准选择顶级域名，还要考虑以下几方面：

- (1) 与企业已有商标或企业名称具有相关性
- (2) 简单、易记和易用
- (3) 申请多个类似或相关的域名
- (4) 国际性

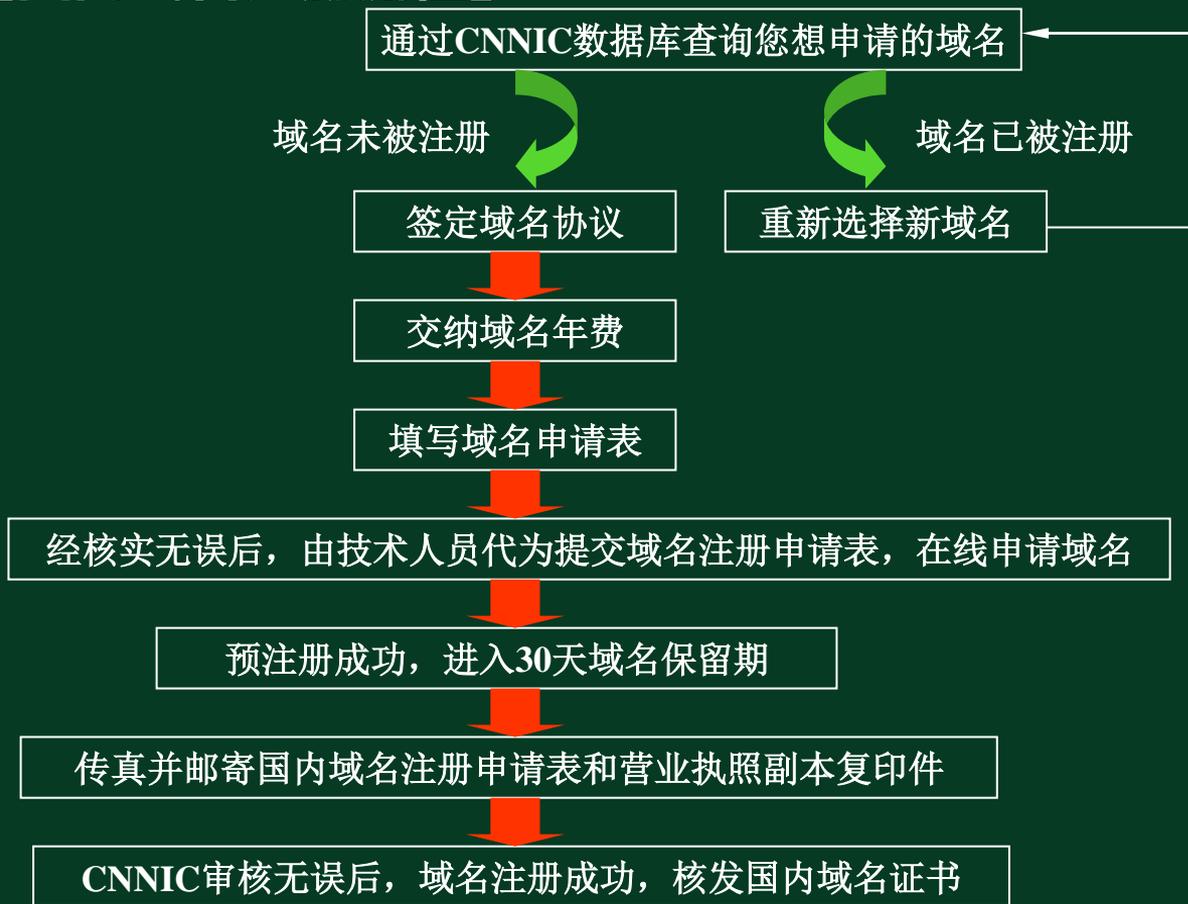
2.域名的注册方式

根据互联网国际特别委员会（IAHC）报告，顶级域名分成三类：

- 国家顶级域名（nTLD）
- 国际顶级域名（iTLD）：即.int，国际联盟、国际组织。
- 通用顶级域名（gTLD）：.com（公司企业）、.net（网络服务机构）、.org（非赢利性组织）、.edu（教育机构）、.gov（政府部门）、.mil（军事部门）。

- 另外IAHC又增加七个顶级域名有.firm（公司企业）、.store（销售公司）、.web（www活动单位）、.arts（艺术）、.rec（娱乐）、.info（信息）、.nom（个人）。

【国内域名注册流程】



【国际域名注册流程】



3. 域名商标的管理

- (1) 信息服务定位：域名作为商标资源，必须与企业整体形象保持一致。
- (2) 内容的多样性：丰富的内容才能吸引更多用户，才有更大的潜在市场。
- (3) 时间性：页面内容应该是动态的并经常变动的。
- (4) 速度问题：使用者对于网站浏览的速度是很挑剔的。
- (5) 国际性：要考虑到用户的国际性，拓展企业自身的国际空间。
- (6) 用户审记：加强对域名使用访问者调查分析，有针对性地提供服务。

2.4 网上域名品牌发展策略

创建网上域名品牌与建立传统品牌的手法大同小异：

1. 多方位宣传

企业应善用传统的平面与电子媒体，并舍得耗费巨资打造品牌，让网址利用各种机会多方宣传。

如：在AOL的主页上有指向Amazon网站的链接

2. 高度重视用户的网站使用体验

通过产品本身的品质和顾客的使用经验来建立品牌。这一点对网站品牌格外重要。两大网上顾问公司Jupiter Communications和Forrester 都不约而同地指出，广告在顾客内心激发出的感觉，固然有建立品牌的功效，但却比不上网友上网站体会到的整体浏览或购买经验。如戴尔电脑让顾客在线上根据个人需求订制电脑，Yahoo和AOL都提供一系列的个人化工具。

3.利用公关造势

这对新兴网站非常重要。利用公关造势，必须注意树立良好形象。

由于互联网传播的国际性和广泛性，企业必须审慎对待谣言和有损形象的信息，因为网上传播的影响力是世界性的。

4.遵守约定规则

互联网开始是非商用的，使其形成使用低廉、信息共享和相互尊重原则。商用后企业提供服务的收费最好是免费或者非常低廉，注意发布信息的道德规范，未经允许不能随意向顾客发布消息，因为可能引起顾客反感。

5.持续不断塑造网上品牌形象

创建品牌其实就是一种“收购人心”的活动，创建品牌是终身事业。

对于一些年轻的网上企业可以飞快建立起品牌，但没有一家公司能够违背传统营销的金科玉律：永垂不朽的品牌不是一天造成的。想要成为网上的可口可乐或是迪士尼，需要长久不断的努力与投资。在瞬息万变的网上世界之中，只有掌握住这个不变的定律，才能建立起永续经营的基石。

小结



在线开放课程

- 企业域名品牌内涵
- 企业域名品牌管理

