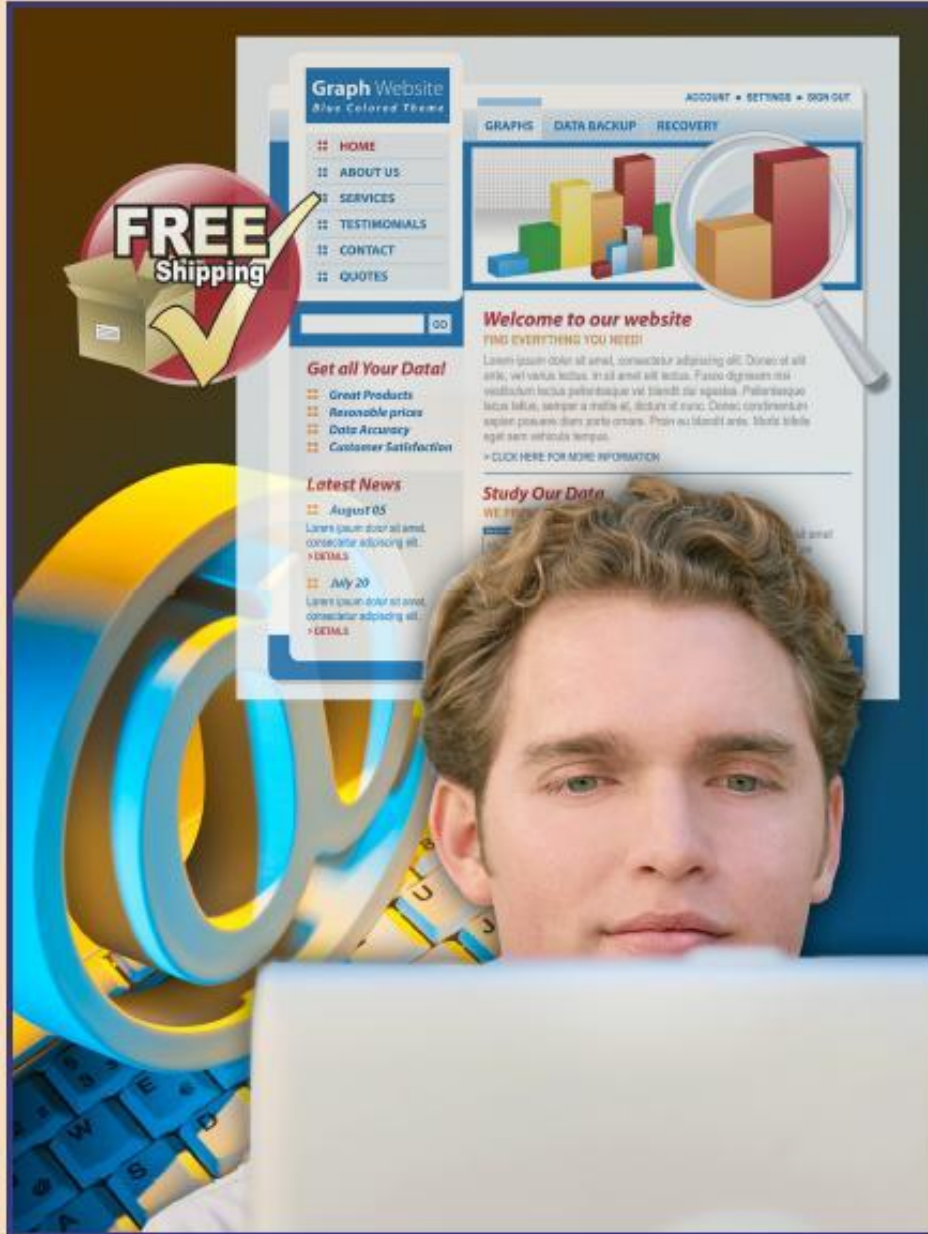


# Introduction to Online Marketing



benchmark  
email

# 认识网络营销

## 如何充分发挥网络营销之功效

网络的兴起带动电子邮件营销起飞。尽管垃圾邮件猖獗，电子邮件营销的应用弹性让这项传统科技仍然蓬勃发展，使它在危机四伏的环境中与外部新兴的竞争威胁和平共处。虽然这项数字媒体经重重论证后，被奉为最有效率的营销战略，但其多元的辅助性策略仍功不可没。

欲提升企业在网络上的声望，就必须与市场同步演进：广泛阅读各大期刊或调查报告，寻求电子邮件应用的相关信息，特别注意行动装置崛起后产生的变化，即可发现电子邮件依旧是沟通交流的枢纽。但若企业体缺乏这类科技为根基，则会面临局限在电子邮件管道的风险。网络是多元化的，网络营销策略也不例外。本手册就电子邮件以外的多种广告途径与互动作介绍。

网络上的多样替代方案，让精明的营销业者不仅有探索的机会，更能进一步创造商机。以下提供数种营销媒介与执行的考虑因素，让你的网络营销事半功倍。

## 免费广告与付费广告

提及网络事业，两种营销计划的核心媒介为：免费广告与付费广告。大体而言，不管是哪一种广告，目的就是要搭起营销业者与目标客户间沟通的桥梁。

**免费广告**采取有机且更自然的营销模式。构成的要素包括刊登在电子杂志上的文章、部落格贴文，以及答客问网站上的专家建议。这一番煞费苦心，都是为了提升顾客的品牌意识与参与感。如果你的广告为此类，即表示企业的专业态度、产品与服务所衍生的价值，为公司建立了良好的口碑。

付费广告则指挹注资金在相关的网络营销活动上。诸如 Google 关键词广告、搜索引擎排名优化(SEO)顾问、点击付费广告等都是知名的例子。付费广告以投资的方式来提升顾客的意识与参与感。

无论是口碑广告还是付费广告，都是成功的网络营销要素，两者各有所长：

## 免费广告

- **节省成本** – 此类广告大多不需任何金钱投资。只要付出时间、精力并专心致志于与顾客建立良好的沟通，就可长期稳定地传递可靠有效的讯息。
- **优良顾客** – 无论是搜索引擎优化或是社群网络，免费广告为你招徕优良客户。这些优良客户是由一群慕名而来的在线访客所组成，对你的产品已早先有高度的兴趣。
- **多样性** – 免费广告运作管道多元。你可以将营销策略运用在部落格、社群网站、在线影片与其他多样的媒介上。

## 付费广告

- **触角更广** – 付费广告能在短时间内将讯息传达给更多客户。单一的广告便能稳定地为你增加回流访客数与潜在客户。
- **效率高** – 营销策略若执行得宜，付费广告可产生极高效率。行动营销中，大量订户的邮件清单就是一个鲜明的例子，可用来说明付费广告的功效斐然。
- **具洞察力** – 付费广告最大的优势在于可量化的营销成果。无论是单纯的电子邮件广告，还是精心策划的数字营销方案，都能藉由精良的计算工具量化广告效益。

## 改善缺点

免费广告与付费广告依然有弱点，需审慎以对。以搜寻广告为例，除了付费刊登广告以外，还得投资时间在经营管理上，这便是付费广告的风险。万一广告活动失利或经营不善，则得卷土重来，或因成效不彰导致资金的浪费。若一个大意，付费广告很快就会沦为烧钱工具及事业的包袱。

纵使免费广告成本相对较低，但也绝非无懈可击。部分营销业者长期下来，呕心沥血地维护广告的质量，但经济实惠的口碑营销所产生的收益仍微乎其微。不断挖掘热门新闻，掳获顾客芳心的权宜之计为何？如何在一周内让品牌知名度节节攀升？怎么从上百种方案中，选择最适合的管道来建立口碑？若你企图以免费广告创造营销利基，以上这些挑战都只是冰山一角。

免费广告与付费广告各有利弊。让两者充分发挥效益的关键，除了付出莫大的努力外，更重要的是，要发展出一套有系统的方法来实践营销策略。顾客点击 Google 关键词广告，并不代表会立即购买商品。无意间读到部落格上有趣文章的访客，也不全是常客。一味推销与盲目沟通，倒不如着眼于营销策略，打造公司的价值，与客户建立起实体关系。欲将免费广告与付费广告发挥得淋漓尽致，须付出极大的心力，付出愈多，成就也愈大。

## 关于 SEO

SEO(搜索引擎排名优化)对许多企业而言，是不可或缺的营销构成要素。其成效之大，让 SEO 被奉为营销策略的圭臬，是在线企业必备战术。经证实，内容所有者藉由 SEO 吸引大批网络用户，这些用户常用 Google、Yahoo!、Bing 这些搜索引擎，上网搜寻信息。若运用得当，SEO 能提升企业网站在搜索引擎上的排名，大大增进网站访客流量、讯息交流与销售业绩。

SEO 的效用是无庸置疑的，即使如此，席卷全球的 SEO 并非天衣无缝。不当使用搜索引擎优化，最终仍功亏一篑。若内容关键词使用不当，搜寻结果显示的排名也只有名落孙山。尽管出于一片善意，过多与内文不相干的关键词，也会让你的网页背负恶意散布垃圾讯息的骂名。尤其是 Google 的排名规则不到几年就会重新洗牌一次，让问题复杂化。多了这些预料之外的变量，让搜寻显示维持在名列前茅，变得难如登天。

俗话说得好，不要把鸡蛋放在同一个篮子里。SEO 虽是受高度推崇的网上营销手法，但并非唯一途径。提供内文的业者常因求好心切，为迎合搜索引擎的游戏规则，本末倒置，将在线顾客这个灵魂主角忘得干净。SEO 是个强大的利器，但成就一个凌驾于搜索引擎流量之上的品牌，得先发展出一套全方位的营销策略才行。纵使 Google 为你带来客源，做生意的最终对象仍是那些顾客。

## 进军社群网络营销

早在社群网站与网络盛行以前，营销与社交已成为商场的必备手段。当然，数字化世代的来临，让这两种营销术合而为一，更便于运用。无以计数的消费者一窝蜂涌入新兴的社群网站，成为网络营销业者紧盯的重要指标。广大延伸的触角、高度消费意识与病毒式营销商机，社群网络营销的裨益不计其数，且唾手可得。

虽然目前有上百个社群网站，但知名度高的却少之又少。下列针对几个名号响亮、号召力大的网站作简介：

## Facebook

Myspace 曾一度以在线社群称霸网络社交圈，直到半路杀出的 Facebook 以迅雷不及掩耳的速度，夺下社群网站的王座。截至目前为止，Facebook 依然是最受欢迎的社群网站，坐拥 6 亿脸书迷。该平台不断演进、以更善尽贴切使用者与

品牌的需求，并藉由锁定目标族群的广告、应用软件与有效的交流互动，拉近两者的距离。Facebook 专为一般消费者与企业所成立的社交圈，提供充足的营销运用空间，适合经营免费广告与付费广告。

Facebook 潜力无穷，但想妥善运用这项营销利器并非易事。部分成功的企业的确品尝到丰硕的果实，不过却有更多企业发现其效果不如预期，至今仍在困境中寻求解套之道。业者逐渐了解到这类平台并非孕育直接销售的摇篮；在社群网络营销中，应将重心放在与顾客打好关系，而非一股脑儿地打广告。这也意味着，享受收获的甜头前，庞大的时间与精力的耗费是不可避免的。需先建立起顾客对品牌的信任，他们才会向你买单。

## LinkedIn

光是 Facebook 这个社群网站便足以成为业者的营销风向球。不过，另一方面，若以主力的服务项目来看，LinkedIn 或许略胜一筹。Facebook 是消费者导向的网站，LinkedIn 则独家锁定公司、企业与专业人士为服务对象。LinkedIn 不停地扩大网络版图，用户人数即将突破 1 亿大关；该网站也会定期进行重大革新，以提升网络社交圈的关联度。大多数人都上 Facebook 与亲朋好友打交道；至于想拓展人脉、营销、求才的用户，就会第一个想到 LinkedIn。

比一般社群网站，LinkedIn 首重社交与营销，因此须费一番心思与技巧，才能有效地经营。该社交圈的所有链接对象所抱持的目标皆大同小异，他们马不停蹄地在茫茫网海中找寻机会，但又基于不愿被出卖，对于连结的人脉总是会精挑细选。LinkedIn 能帮你延揽最有价值的人脉，并与链接对象建立有效的沟通。在 LinkedIn 上，切忌过于自吹自擂，要适度展现你的价值与专业度，他人才乐于与你分享社交人脉。

## Twitter

另一个网络社交平台—Twitter，以免费广告与付费广告双管齐下达到有效营销。不用花一毛钱，你可以 140 字的内文在该平台上，轻松开启与顾客间的沟通互动，大大地节省成本。Twitter 也有付费广告方案，包括推广微博(Promoted Tweets)、推广趋势(Promoted Trends)与推广用户(Promoted Accounts)。Twitter 最为人称道之处在于其先进的功能，可在多种第三方应用程序中执行，且兼容性高，能自如与任何营销策略整合。

Twitter 固然好处多多，其负面影响也不容忽视。该服务是恶名昭彰的垃圾讯息温床，如何过滤垃圾推文(tweets)与拓展有价值的社交圈成了两大课题。Twitter 也易使人上瘾，推文往往偏离正题，最后耽溺在一些风马牛不相及的八卦中。在 Twitter 的世界中，闲话家常与谈正事间只有一线之隔。找到之间的平衡点才是致胜关键。

## 影音营销

YouTube 几乎成了在线影片的代名词。这个生机蓬勃的在线影片社群，多少网罗了一般大众与企业的想象力。YouTube 不但价格便宜、适合 SEO 营销，其惊人的网站流量，更吸引众多业者争相分得一杯羹。另外，YouTube 热也成了病毒式营销的最佳管道。

现在，YouTube 为众所瞩目的大站。有多大？根据网络监控网站 Royal Pingdom 的调查，目前 YouTube 每月有 4 亿 9000 万的绝对访客人次，网页浏览次数每月更高达 920 亿；光是在主网域 YouTube.com，便出现这般惊人的天文数字，更不用说播放 YouTube 影片的所有传统与行动网站流量的总和。YouTube 的稳定成长让业者能触及广大的消费者，同时享有成本低廉的优势，让你有余裕负担影片营销的广告支出。

## 预防落入 YouTube 营销的陷阱里

YouTube 与其他社群网站一样也有缺陷。事实上，YouTube 的负面效应比其他平台来得大。尤以评论管理首当其冲，不但有权限问题，还相当耗时；不仅如此，连贴文内容也处处受限。YouTube 对用户所提供的影片相当仁慈，但对营销广告标准却从严以对。今天上传的广告影片，明天可能就会被剔除。懂的预先防范这些陷阱，YouTube 无疑会成为你的营销利器。应该避免的事项如下：

- **散布垃圾讯息** –收件匣里的垃圾讯息是个不定时炸弹，随时都可能成为蔓延整个网站的瘟疫。垃圾讯息如过街喊打的老鼠，YouTube 用户也对它恨之入骨。故企业应避免散布极端偏激的言论或误导消费者的内容头。
- **引用不相关的内容** –YouTube 是病毒式营销的利器，但切勿奢望随意找内容来塘塞，就能立竿见影。你的影片值得一看吗？价值何在？对观众有什么好处？虽然大部分 YouTube 影片的点击率颇高，但也不乏被束之高阁、乏人问津的影片。
- **侵犯版权** –盗版影片除了会被 YouTube 剔除以外，还会让你吃上官司。因此，务必确保你的影音内容是如假包换的原版，藉此发挥特有的品牌优势或方案，并维持原创性，并非如你想象得这么难。

## 你的网络营销策略为何？

网络顾客与潜在订户俯拾即是。拜网络普及之赐，网络营销逐渐成为企业(与社交)营销营运不可或缺的一部分。本手册介绍的几种营销方案，各有其利弊，事先计划以及妥善执行才是事业的成败关键。善用手边的有用信息，选择最适合你的营销途径，并发展一套建全的策略顺利达成组织目标。



建立企业在线能见度的同时，整合所需的网络工具，有效传达组织的理念，以吸引潜在客户。中小企业更应把握新契机，善用多元化的网络策略。利用脸书和 LinkedIn 提升支持度与扩大人脉连结、参与相关领域的论坛与企业部落格分享，并进行搜索引擎优化，提供高质量的内容与健全的策略以自我推销；在 Twitter 上与订户打交道，提升其品牌忠诚度；提供网页电子报客制服务，并强化自动回复、促销信息与交易功能。

明智地选择投资目标，避免站不住脚的营销模式。将重心放在主力的营销服务上，别因眼撩花乱的营销管道而乱了方寸。网络营销业者的首要之务，便是跟进网络盎然的脉动，勇于接受这项挑战，相信不久，你的事业便能飞黄腾达。

## 关于 Benchmark Email 电子报营销大师

同时为您管理十来份精密的电子报列表、结合上百种电子邮件范例、精准的报告结果与令人耳目一新的电子报与多媒体电邮，现在只要用特惠价格，便能一次拥有这些强大的功能。您心动了吗？找 Benchmark Email 电子报营销大师就对了！

我们的电子邮件营销策略深得 73000 名用户的信任，并不无道理(甚至可以列举出 100 个理由)。专为大大小小的企业组织提供电子邮件营销服务，我们提供的功能无人能出其右，人性化的在线工具让营销造势易如反掌，而且价钱公道又实在。

Benchmark Email 不仅是电子报营销大师，还是创新领航者。除了致力于提供完善的电子报营销服务，我们也成立网络社群、采用搜索引擎优化(SEO)与 Web 2.0，因此，我们的在线软件，才能与日新月异的网络密切结合。

只要 9.95 美元，首次注册即能享有如此健全的标准功能，相信再也找不到第二家公司提供您这样巨大的优惠。现在就请上

<http://www.benchmarkemail.com/cn/register> 注册我们的 30 天免费试用。

### Benchmark Email 电子报营销大师联络方式

如有任何宝贵意见或电子报营销相关需求，皆欢迎不吝赐教。联络方式如下。

网址：<http://www.benchmarkemail.com/cn>

电话：+86 512 85557099#5981

电子邮件：[meilin@benchmarkemail.com](mailto:meilin@benchmarkemail.com)