

03

网络营销策略与网络广告

01

网络营销策略



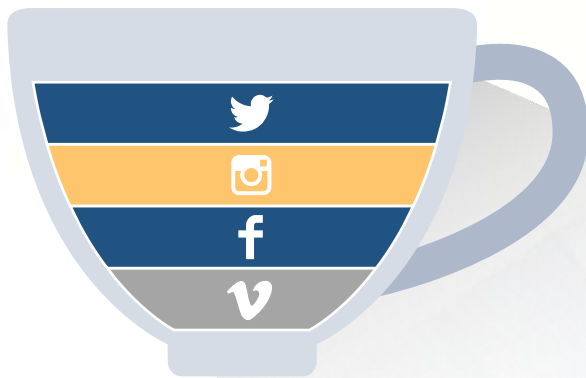
02

网络广告

一、网络营销策略

网络营销**产品**策略

网络营销**价格**策略



网络营销**渠道**策略

网络**促销**策略

(一) 网络营销产品策略



如：某品牌的净水机（**净水**、**净水机**〈质量、品牌、包装、式样等〉、**健康**、**安装和保修**、**VIP会员**）

案例

亚马逊、易贝网的产品和服务策略

1994年，网络零售商亚马逊成立。亚马逊的产品策略是**选定目标、不断拓展**。其开始时主要**经营图书、音乐和影视光盘**，后来拓展到**百货**。其周到、新颖、快捷、实惠的服务不断吸引着消费者来网站购物。

1995年，易贝正式运营，世界上**第一个虚拟的拍卖市场诞生**。易贝网站上不销售自己的产品，其**产品策略**主要是**为用户提供良好的服务**，其主要的**服务策略**为：采用社区商务模式；完善保障体系，建立一套完善的信誉评价系统，提供及时的送货服务；实行第三方货款抵押制度。

- 启发思考：**
1. 亚马逊的产品和服务策略主要有哪些？
 2. 易贝网主要是通过哪些服务策略获得成功的？

(二) 网络营销价格策略

1. 竞争定价策略
2. 个性化定价策略
3. 自动调价、议价策略
4. 特有产品特殊价格策略
5. 捆绑销售策略
6. 众筹自定价策略

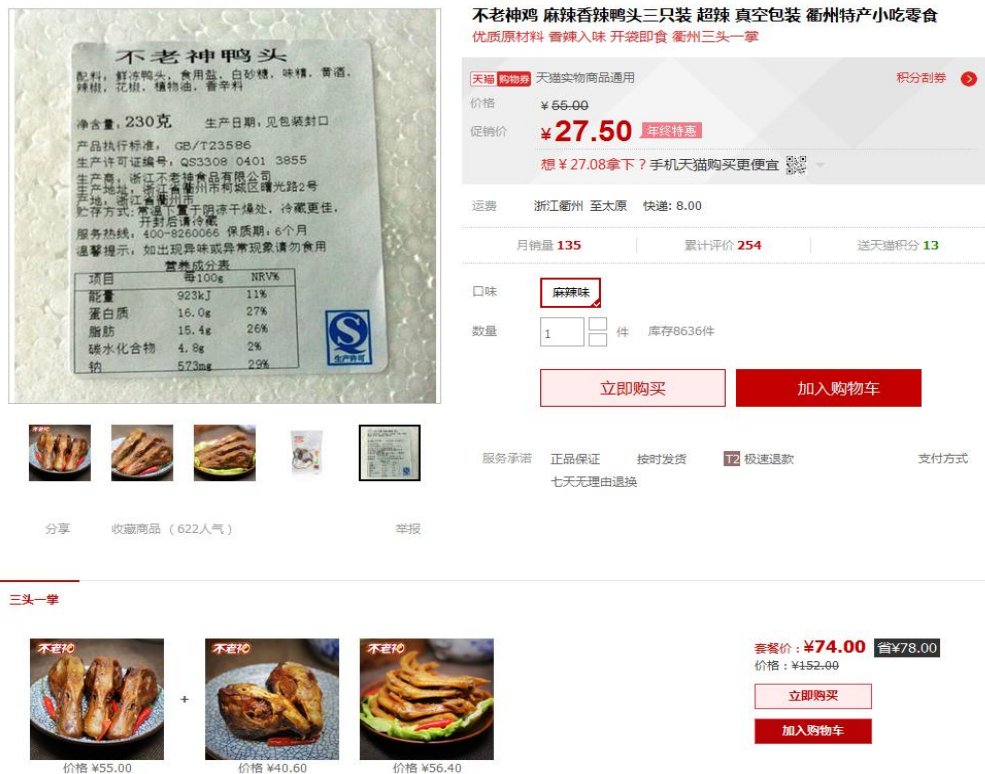


图7.2 某天猫店的捆绑销售策略

视野拓展

推荐观看《影视众筹：众筹创新电影融资模式》视频，
体会众筹带来的好处。



点击视频：影视众筹新模式



问与答

问：什么是众筹？什么是现代众筹？

答：“众筹”一词翻译自Crowdfunding，即**大众筹资或群众筹资**，由发起人、跟投人和平台构成，是指一种向群众募资，以支持发起众筹的个人或组织的行为。现代众筹是指**通过互联网方式发布筹款项目并募集资金**，利用互联网和社交网络传播的特性，让小企业、艺术家或个人向公众展示其创意，争取大家的关注和支持，进而获得所需要的资金援助。

相比于传统的融资方式，众筹更为**开放**，能否获得资金也不再以项目的商业价值为唯一标准。只要是网友喜欢的项目，都可以通过众筹方式获得一笔资金，从而为更多的小本经营者或创作者提供了无限可能。

(三) 网络营销渠道策略



渠道的推式策略

渠道的拉式策略

渠道的线上线下融合策略

案例

美国高端零售商nordstrom的智能试衣间

美国高端零售商nordstrom利用易贝提供的一项技术，打造了功能强大的“智能试衣间”，实现了线上、线下渠道的融合。那里的试衣镜不仅是一面镜子，更是一个可操作的屏幕，可以展现店内所有款式服装的详细资料。客户只要在nordstrom的试衣间中用手指轻触镜面，就可获得可供挑选的颜色、尺码，甚至相关配饰等。随后，卖场的工作人员将把顾客选中的产品送至试衣间。据报道，该公司的高科技投入已达12亿美元，其中涉及物流运输及店内服务的改造。nordstrom渴望充分利用科技的力量，将实体店与虚拟世界相结合，为客户提供更好的购物体验。

启发思考：零售商nordstrom的“智能试衣间”是如何实现线上、线下渠道融合的？



点击视频：双十一电商促销影响世界

(四) 网络促销策略



网络广告



站点推广



网络销售促进



网络公关

二、网络广告

从广义上说，一切通过互联网各种技术表现形式传播商业信息的行为都是网络广告。

从狭义上说，网络广告是指通过网站、网页、互联网应用程序等互联网媒介，以文字、图片、音频、视频或者其他形式，直接或者间接地推销商品或者服务的商业广告。

（一）网络广告的发展

1994年10月27日，美国著名的Wired杂志推出了网络版Hotwired，其主页上有MCI等14个客户的横幅广告。这是广告史上里程碑式的事件，标志着网络广告的诞生。

我国的第一个商业性网络广告出现在1997年3月，传播网站是Chinabyte。我国的网络广告一直到1998年初才稍具规模。

艾瑞咨询中国网络广告核心数据显示，2017年中国网络广告市场规模达到3750.1亿元，同比增长32.9%；网络营销的发展重心进一步向移动端转移，移动端广告占比达68%，预计2019年该占比将接近80%。阿里巴巴、百度和腾讯的广告营收位列前三。

(二) 网络广告的主要形式

根据信息表现形式

文字广告、图片广告、
视频广告

根据广告在网络页面中出现的形式

横幅广告、按钮广告、弹出式广告、分类广告等

根据所选的网络工具

搜索引擎关键词广告、电子邮件广告、社会化媒体广告、即时信息 (IM) 广告

第三节 网络营销策略与网络广告

1. 旗帜广告（横幅广告Banner）

表7.1 横幅广告的类型与规格

类 型	规格（像素×像素）
全幅旗帜广告	468×60
半幅旗帜广告	234×60
垂直旗帜广告	120×240
宽型旗帜广告	728×90
小型广告条	88×31
1号按钮	120×90
2号按钮	120×60
方形按钮	125×125

88*31横幅广告

120*60
横幅广告



2. 文本链接广告

分类广告

新浪分类信息 - Microsoft Internet Explorer

文件(F) 编辑(E) 查看(V) 收藏(A) 工具(T) 帮助(H)

地址(D) http://www.sina.com.cn

sina 新浪网
节日站 北京站 上海站

50M 免费邮件 >> 会员代号:

新浪首页 | 新闻中心 | 搜索引擎 | 主题
游戏世界 | 影音娱乐 | Club | 男人

白领招聘职位 点击就有
把握商机 成就21世纪
飞利浦半导体急聘
美的有奖名单公布

• 新浪热点连接
和5000人同时在线聊天
Cinco认证培训开班报名
看看你的跨年运势
迎新价正超值当当VCD
谁拿走了那一百万

中国频道 .CN 中文域名 开始解析

神州数码 Digital China
e时代的新联想

50M 免费邮件 >> 会员代号:

新浪首页 | 新闻中心 | 搜索引擎 | 主题
游戏世界 | 影音娱乐 | Club | 男人

相对新世纪智力测试 日本畅销车网上大
抢拍

新闻搜索 参与真人活动的网友社区

关键词: [] 搜索

娱乐休闲 商业经济 婚姻网络 医药
教育就业 科学技术 体育健身 社会
政法军事 生活服务 社会科学 艺术

热门搜索: 奥运 08 亚运 彩票 游艺

特别推荐

新浪网举办 有奖用户注册活动, 手机网
户、主用户都来参加, 第一周大奖

新浪分类信息 - 您的网上生活实用手册

文件(F) 编辑(E) 查看(V) 收藏(A) 工具(T) 帮助(H)

地址(D) http://classad.sina.com.cn/

sina 新浪分类信息

分类首页 使用说明 法律声明 如何发布 加盟代理

行业分类 > more

招商 | 加盟 | 连锁 | 商机
招生 | 北京 | 上海 | 广州
健康 | 名医 | 名药 | 美容
房产 | 汽车 | IT

新浪分类 诚征代理
新浪分类 诚招代理

独占城市资源 尽享分类商机
城市分类 诚招代理

分类导向标 > more

bjz178 商机在线
想发财点进来 进入
商机在线, 想进就来
热线电话: 010-82563144

菲尼克斯公司新厂景

【热点资讯】

- 【分类】分类外地城市代理招商说明 分类信息 诚招代理
- 【招商】网罗天下财源, 独聚连锁商机—05年投资创业项目精选!
- 【招生】名牌院校、权威教育机构特色课程网络展示
- 【健康】万途牵手新浪网新年强势打造健康新平台现诚邀加盟代理
- 【房产】去年第四季度北京租赁市场总体租金和空置率与上季持平
- 【汽车】北京首家风神汽车四位一体专营店——北京华盛昌专营店
- 【电脑】轻薄时尚的感受享受——三星LCD-TV, 快并快乐着

信息快速查询

提交 使用帮助

招商加盟 招生培训
健康医疗 房产信息
汽车资讯 电脑时空

推荐信息

- “冰”家必争的好项目
- 05年做小本生意发大财
- 中国鞋市场最后商机
- 2005年最盈利的好生意!
- 北京千禧艺海电脑创意培训
- 东北财经大学网络教育热招
- 北大历史文化高级研修班
- 首经贸大学经济学院热招
- 专业隆胸让我“挺”放心
- “三联疗法”治疗皮肤顽癣
- 领神州风采 睇异国风情
- 鸡年买机票 鸡蛋价! 特价
- 网上下载必胜客打折优惠券
- 二手车、二手房、二手电脑
- 特价机票3折、4折优惠!
- 暴利——“Q”话费

82561589 13311211642

【分类推荐】

招商加盟 招生培训 健康医疗 房产信息 汽车资讯 电脑时空

男性 专题

开始 9 Internet... 金山文字 20... Internet 16:49

3. 视频广告

- 视频广告即广告中含有视频文件的网络广告形式。其主要表现形式有标准的视频形式、画中画形式和焦点视频形式等。（视频广告一般不会重播，需要用户选择是否重新播）

4.搜索引擎广告

(1) 竞价广告和品牌华表

品牌华表展示位置：网页右侧首屏首位，品牌信息大面积出现。品牌华表触发关键词：通用词、节日词、明星词等。

百度的搜索引擎关键词广告：**百度竞价广告。**

家用电梯

百度为您找到相关结果约6,470,000个

家用电梯-100%瑞典纯进口家用电梯

瑞典家用电梯瑞特科是世界领先的家用电梯生产商,电梯产品畅销世界40多个国家,小尺寸0底坑,瑞典著名设计师打造,独特的灯光和艺术背景,播设计,速度更快,低噪音,更快更安全。
www.aritco.com.cn 2017-05 - 评价 - 广告

电梯尺寸,井道预留910x870mm,0底坑,250Kg可载3人
电梯,0底坑,自带井道设计,安全可靠

电梯尺寸1160x880mm 300Kg可乘2-3人
电梯尺寸,Cibeslift,井道尺寸仅需1200x993mm,无土建无底坑自带井道更有全景观光,美观,大方!无需破坏房屋土建设构,安装时间短,维保次数少,安全系数高的家用别墅电梯!
www.cibeslift.cn 2017-05 - 评价 - 广告

YIANLIFT别墅电梯——底坑150mm 超小井道900x900
家用小型别墅电梯?选择安全、舒适、美观的德国第五代别墅电梯技术,轿厢、轿门尺寸更大,适用于多种复杂井道。
www.yianlift.com 2017-05 - 评价 - 广告

家用微型电梯 Barduva家用微型电梯 40个标准尺寸
Barduva家用微型电梯,100%欧洲原装进口,0底坑,40个标准尺寸,专为中国用户设计,无需切楼板,安全智能,高端理性用户首选,全国服务热线:400-6869-021
www.barduva.com.cn 2017-05 - 评价 - 广告

小型家用电梯 上淘宝,想要就能淘到 优品价更低
淘宝网家用电梯,百万商家,25亿高人气商品热卖,淘你满意!支付安全,交易无忧!网购上淘宝,流行前沿精品齐聚,全网底价,尽在淘宝网,淘宝网,淘你喜欢!
www.taobao.com 2017-05 - 评价 - 广告

康力电梯, 创造美好幸福电梯生活

KONL®
康力电梯

康力电梯产品远销全球,作为国内500强房地产商合作电梯品牌,品质卓越,值得信赖

- 品牌实力雄厚, 享誉海内外
- 提供零距离、一站式服务

www.canny-elevator.com-官网-品牌广告

登录百度账户 交易更有保障

相关电梯 展开

康拍电梯 帮助行动不方便的人	无机房电梯 特点特点就是没有机房	别墅电梯 仅供单一家庭使用	电动扶梯 免安装楼梯之器具

百度的竞价广告、品牌华表的展示位置

(2) 品牌专区

东方航空  百度一下

网页 新闻 贴吧 知道 音乐 图片 视频 地图 文库 更多»

百度为您找到相关结果约17,200,000个  搜索工具

[中国东方航空 \(China Eastern Airlines\) 官方网站!](#) [官网](#)

 **【中国东方航空】** 英文名称为China eastern。东航航线覆盖全球179个国家、1057个目的地; 特价机票整点抢, 国内机票低至2折, 超值红包特惠等你拿! 更多活动, 尽在东航官网! 东航官网提供[机票预订](#)、[旅游度假](#)、[酒店预订](#)、[积分商城](#)等服务。全国统一销售服务热线95530。

[www.ceair.com](#) 2017-05  - 品牌广告

■ [小众天堂琅勃拉邦 4天3晚灵魂之旅](#)

■ [西双版纳自由行-感受雨林里的傣族风情!](#)

特价机票	热门活动	旅游度假	便捷服务
国内国际特价票	相约黄果树瀑布	新加坡花样旅行	积分商城
国内机票低至2折	青老年9折特惠	珠海4天3晚自由行	航班动态
热门机票110元起	特惠套票折上折	缤纷游走日本多城	酒店预订

品牌专区

 **五月特卖汇**
抢! 福利1: 暑期游香港 限时返积分!
福利2: 云南7天机酒自由行 999元起!

东航官网及App首页全新推出【保险专区】, 购保更便捷, 旅途更安心! 东航“保”您出行, 点我了解详情»

- [【精选】5月-6月境内游 899元起!](#)
- [【超值】三亚往返5天4晚深度自驾游](#)
- [下载【东航APP】机票预订方便快捷!](#)

 [登录百度账户](#) 交易更有保障 

其他人还搜 



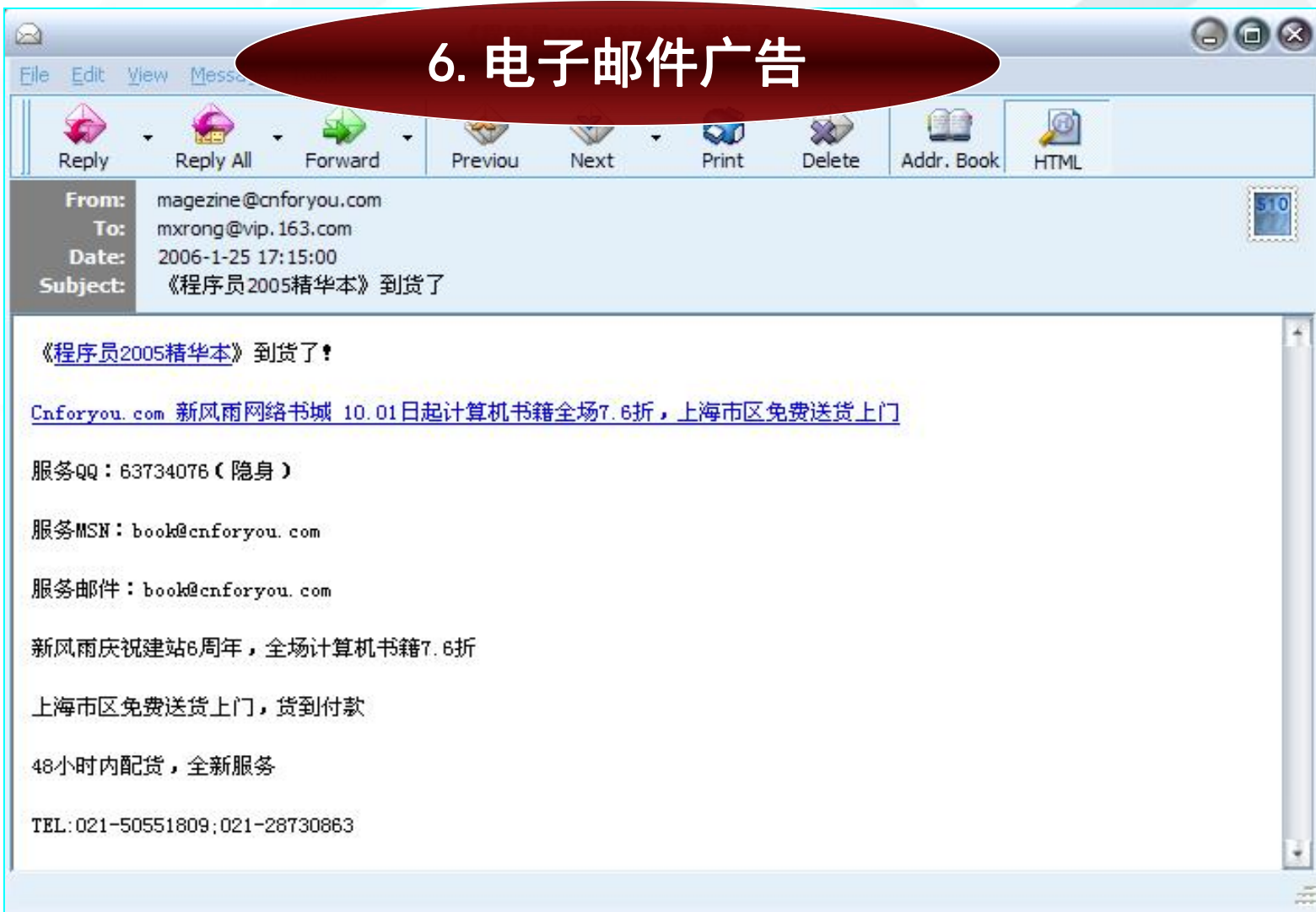
第三节 网络营销策略与网络广告

5.信息流广告

又叫原生广告，就是与内容排在一起的广告，是最不像广告的广告。这种广告是通过大数据算法，由机器智能分析用户在平台内的一系列行为和兴趣分布，将用户兴趣热点和广告进行精准匹配并主动推送给用户的一种全新广告形式。这种广告被嵌入用户日常浏览的资讯、社交动态或视频流中，从广告素材和广告文案上与普通内容完全一致、高度原生，并且通过用户的刷新行为不断变化，更易于被用户接受。

如2015年朋友圈接入了信息流广告，之后今日头条、微博各大社交媒体APP也先后接入信息流广告。2016年手机百度APP和百度浏览器首页等位置也介入了信息流内容。

6. 电子邮件广告



7. 弹出式广告（插播式广告）

八大游戏厂商正式推出游戏资料库

- 话题 | [发创意图给5万元](#) [揭秘田亮一茜豪华婚礼](#)
- 八卦 | [明星们的恐怖眼神](#) [冯小刚十年经典贺岁片](#)
- [主持婚礼上闹的笑话](#)
- [记者赴港看全版色戒](#)

- 活动圈 | [我和射手闪电相恋](#) [与信相约圣诞飙高](#)
- 我最红 | [韩雪歌会开始抢票](#) [新浪同名博客圈大](#)
- 汽车圈 | [07最抢眼概念车型](#) [何等香车让女人失](#)
- 公益圈 | [最有魄力慈善明星](#) [年末之公益特别企](#)

http://ad4.sina.com.cn ...



世界睁大眼睛看

我记录 · 我参与 · 我突破

my2008.sina.com.cn

滨州 吉林 海门 姜堰 通州 赤峰 徐州 海口 绵阳 昆明 嘉兴 连云港
江 上虞 启东 射阳 阳澄 海安 长兴 六合 沭阳 金华 巴彦淖尔 大庆 董

英才 | [网站律师](#) | [SINA English](#) | [会员注册](#) | [产品答疑](#) | [客户投](#)

SINA Corporation, All Rights Reserved

信息
中心



北京网络
行业协会



网络110
报警服务



无线互
业自律

公司 版权所有 京ICP证F000007

网举报电话：010-82615762 举报邮箱：jubao@vip.sina.com



• 8. 游动式广告

• 游动式广告也叫**移动广告**。从外观上看有些类似于按钮式广告，但与按钮式广告有着本质的区别，那就是它**会在屏幕上移动**。

• 9. 社会化媒体广告

• 社会化媒体广告融入了消费者同意展示及被分享的用户交互广告。如新浪微博的顶部广告、底部广告、右侧推荐、粉丝头条、粉丝通及微任务等广告形式。

• 10. 手机网络广告

• 如APP开屏广告、社交网络红包广告、LBS广告、移动WI-FI广告等。

（三）网络广告的收费模式

1. 每千人印象成本收费模式

每千人印象成本收费模式也称为CPM收费模式（Cost Per Thousand Impressions），这是网络广告最科学的收费模式，是按照有多少人看到投放的广告来收费的。

一个广告横幅的单价是1元/CPM，意味着1 000人次看到这个广告横幅就收1元。以此类推，10 000人次看到就收10元。至于每CPM的收费究竟是多少，要根据网页的热门程度（即浏览人数）划分价格等级，采用固定费率。通常，每CPM收费5~200美元不等。

2. 每点击成本收费模式

每点击成本收费模式也称为**CPC收费模式**（Cost Per Click），以点击次数计费。这样的方法加上点击率的限制可以提高作弊的难度。其是宣传网站站点的最优方式。但是，不少经营广告的网站觉得这种方法不公平。

例如，虽然浏览者没有点击，但是已经看到了广告，对于这些看到广告却没有点击的流量来说，网站没有收益。

3. 每行动成本收费模式

每行动成本收费模式也称为**CPA收费模式**（Cost Per Action），是指按广告投放的实际效果，按照引导用户到达指定页面后的下载、留言、注册或者互动行为数量进行计费，而不限广告投放量。这种模式对于网站而言有一定的风险，但若广告投放成功，其收益也会比每千人印象成本收费模式大得多。

4. 每销售成本收费模式

每销售成本收费模式也称为CPS收费模式（Cost Per Sale, CPS）是指广告主为规避广告费用风险，只有在网络用户点击广告并进行在线交易后，才按销售额付给广告站点费用的收费模式。

无论是CPC、CPA还是CPS，都要求目标消费者发生“点击”甚至购买后，广告主才付费。

5. 竞价广告收费模式

竞价广告是一种网络定向广告，它通过上下文分析技术让广告出现在最合适的页面上，从而可以有效地将产品或服务推荐给目标客户。

以搜狐为例，其竞价广告服务采用实时计算、实时划账的计费方式。这就需要客户的账户中要预存一定数额的资金。当账户资金用完时，应及时补充，否则系统会在一个月内自动删除该账户。续费金额100元起，无上限要求。竞价广告按点击计费，广告收费 = 有效点击次数 × 广告投放价格。

6. 按时长付费模式

按时长付费模式即包时方式（Cost Per Time, CPT），是按投放时间的长短付给广告站点费用的一种付费方式。

很多国内的网站是按照“一个小时、一天、一个月多少钱”这种固定收费模式来收费的。这种收费方式对广告主和网站都不公平，无法保障广告主的利益，是一种不科学的网络广告收费模式。

7. 其他计价方式

某些广告主在实施特殊营销方案时，会提出以下方法个别议价：

- (1) **CPR** (Cost Per Response)：根据浏览者的每一个**回应**计费。根据浏览者的每一个回应计费。按照用户的回应数量计费，网民在正确回答广告主设定的问题或者拨打了网上提供的直播电话之后才被算作一次有效回应，且限定同一个IP在24小时内不能重复回答同一广告提出的问题。
- (2) **CPL** (Cost Per Leads)：根据搜集潜在客户**名单**多少来收费。
- (3) **CPP** (Cost Per Purchase)：根据实际**销售的笔数**付给广告站点费用。
- (4) **PFP** (Pay-For-Performance)：根据**业绩**付费。