

13 种常用网络营销方法详解

网络营销是借助一切被目标用户认可的网络应用服务平台开展的引导用户关注的行为或活动，目的是促进产品在线销售及扩大品牌影响力。

在互联网web1.0时代，常用的网络营销有：搜索引擎营销、电子邮件营销、即时通讯营销、论坛营销、病毒式营销；但随着互联网发展至web2.0时代，网络应用服务不断增多，网络营销方式也越来越丰富起来，这包括：博客营销、播客营销、RSS营销、SNS营销、创意广告营销、口碑营销、体验营销、趣味营销、知识营销、整合营销、事件营销。

我们需要深刻理解众多的网络营销策略，并结合自身资源广泛应用到产品推广和品牌建设中去，而如此至多的营销策略应该如何理解与有效开展：

1、搜索引擎营销：

搜索引擎营销分两种：SEO与PPC

SEO即搜索引擎优化，是通过对网站结构(内部链接结构、网站物理结构、网站逻辑结构)、高质量的网站主题内容、丰富而有价值的相关性外部链接进行优化而使网站为用户及搜索引擎更加友好，以获得在搜索引擎上的优势排名为网站引入流量。

PPC，是指购买搜索结果页上的广告位来实现营销目的，各大搜索引擎都推出了自己的广告体系，相互之间只是形式不同而已。搜索引擎广告的优势是相关性，由于广告只出现在相关搜索结果或相关主题网页中，因此，搜索引擎广告比传统广告更加有效，客户转化率更高。

2、电子邮件营销：

电子邮件营销是以订阅的方式将行业及产品信息通过电子邮件的方式提供给所需要的用户，以此建立与用户之间的信任与信赖关系。大多数公司及网站都已经利用电子邮件营销方式。毕竟邮件已经是互联网基础应用服务之一。

3、即时通讯营销：

顾名思义，即利用互联网即时聊天工具进行推广宣传的营销方式。品牌建设，非正常方式营销也许获得了不小的流量，可用户不但没有认可你的品牌名称，甚至已经将你的品牌名称拉进了黑名单；所以，有效的开展营销策略要求我们考虑为用户提供对其个体有价值的信息。

4、病毒式营销：

病毒式营销并非利用病毒或流氓插件来进行推广宣传，而是通过一套合理有效的积分制度引导并刺激用户主动进行宣传，是建立在有意于用户基础之上的营销模式。

5、论坛营销：

不用细致的解释了，我想这个应用的已经很普遍了，尤其是对于个人站长，大部分到门户站论坛灌水同时留下自己网站的链接，每天都能带来几百IP。当然，对于企业，BBS营销更要专也精。

6、博客营销：

博客营销是建立企业博客，用于企业与用户之间的互动交流以及企业文化的体现，一般以诸如行业评论、工作感想、心情随笔和专业技术等作为企业博客内容，使用户更加信赖企业深化品牌影响力。

博客营销可以是企业自建博客或者通过第三方BSP来实现，企业通过博客来进行交流沟通，达到增进客户关系，改善商业活动的效果。

企业博客营销相对于广告是一种间接的营销，企业通过博客与消费者沟通、发布企业新闻、收集反馈和意见、实现企业公关等，这些虽然没有直接宣传产品，但是让用户接近、倾听、交流的过程本身就是最好的营销手段。企业博客与企业网站的作用类似，但是博客更大众随意一些。另一种，也是最有效而且可行的是利用博客(人)进行营销，这是博客界始终非常热门的话题，老徐与新浪博客的利益之急，KESO的博客广告，和讯的博客广告联盟，最近瑞星的博客测评活动等等，这其实才是博客营销的主流和方向。博客营销有低成本、分众、贴近大众、新鲜等特点，博客营销往往会形成众人的谈论，达到很好的二次传播效果，这个在外国有很多成功的案例，但在国内还比较少。

GOOGLE最新推出了起企业博客，名为“GOOGLE黑板报”。

7、播客营销：

播客营销是在广泛传播的个性视频中植入广告或在播客网站进行创意广告征集等方式来进行品牌宣传与推广，例如：前段时间“百事我创，网事我创”的广告创意征集活动，国外目前最流行的视频播客网站(世界网民的视频狂欢)，知名公司通过发布创意视频广告延伸品牌概念，是品牌效应不断的被深化。

8、RSS营销：

RSS营销是一种相对不成熟的营销方式，即使在美国这样的发达国家仍然有大量用户对此一无所知。使用RSS的以互联网业内人士居多，以订阅日志及资讯为主，而能够让用户来订阅广告信息的可能性更微乎其微。

9、SNS营销：

SNS: Social Networking Services, 即社会性网络服务, 是互联网web2.0 的一个特制之一。SN营销是基于圈子、人脉、六度空间这样的概念而产生的, 即主题明确的圈子、俱乐部等进行自我扩充的营销策略, 一般以成员推荐机制为主要形式, 为精准营销提供了可能, 而且实际销售的转化率偏好, 例如: GOOGLEGMAIL邮箱即采用推荐机制, 只有别人发给你邀请, 你才有机会体验GMAIL。同时, 当你拥有了GMAIL又可以给其他人发邀请, 用户通过邀请机制扩展了其社交网络, 同时, GOOGLEGMAIL通过人的不断传递与相互关联实现了品牌的传递。这也可以说是病毒式营销的升华, 这对于用户认可产品的品牌起到很强的作用。

10、创意广告营销：

创意广告营销, 也许看完“喵咪咪网畅销猫粮营销分析”后你会受到一些启发, 企业创意型广告可以深化品牌影响力以及品牌塑求。格子网站, 我有钱这样的是纯粹的创意广告。

11、知识型营销：

知识型营销就像百度的“知道”, 通过用户之间提问与解答的方式来提升用户粘性, 你扩展了用户的知识层面, 用户就会感谢你, 试想企业不妨建立一个在线疑难解答这样的互动频道, 让用户体验企业的专业技术水平和高质服务, 或是不妨设置一块区域, 专门向用户普及相关知识, 每天定时更新等等。

12、事件营销：

事件营销可以说是炒作, 可以是有价值的新闻点或突发实践在平台内或平台外进行炒作的方式来提高影响力, 例如: [喵咪咪网](#)刚被黑客攻击几分钟本人就发现了, 于是最短时间内写出一篇文章简单介绍事件, 并发给了几个经常活动的QQ群及论坛上, 当然, 如果能根据该事件写出一篇深度报道会更好, 会使更多人注意到我的博客。

13、口碑营销：

口碑营销虽然并非 2.0 时期才有的, 但是在 2.0 时代表现的更为明显, 更为重要。