

目 錄

Chapter 1 現代的網路行銷

前 言	1-2
1-1 導 論	1-2
1-2 網路與數位時代	1-6
1-3 網路與數位行銷	1-9
1-4 網路行銷的現況	1-12
1-5 持續研發的網路行銷科技	1-15
1-6 網路行銷的道德標準	1-21
結 語	1-24
問題與討論	1-24

Chapter 2 網路行銷研究

前 言	2-2
2-1 網路行銷研究的程序	2-2
2-2 簡單操作網路問卷調查	2-4
2-3 社群媒體分析	2-8

2-4	顧客評論分析	2-10
2-5	文字分析	2-11
2-6	情緒分析	2-13
2-7	直播與網紅的行銷模式	2-16
	結 語	2-20
	問題與討論	2-20

Chapter 3 網路消費者行為

	前 言	3-2
3-1	消費者溝通與購買決策階段	3-2
3-2	購前資訊搜尋	3-6
3-3	持續性資訊搜尋	3-13
	結 語	3-16
	問題與討論	3-16

Chapter 4 網路行銷的競爭策略

	前 言	4-2
4-1	競爭力	4-2
4-2	價值鏈與虛擬價值鏈	4-7
4-3	動態競爭優勢	4-10
4-4	網路行銷策略	4-13
4-5	社群媒體 (BOE) 整合策略	4-16
	結 語	4-19
	問題與討論	4-19

Chapter 5 網路提供的服務

前 言	5-2
5-1 服務的特性	5-2
5-2 虛擬服務	5-3
5-3 網路的搜尋服務	5-6
5-4 平台經濟	5-7
5-5 免費服務背後的商機	5-11
5-6 網路服務失驗的補救措施	5-13
結 語	5-16
問題與討論	5-16

Chapter 6 產品與品牌策略

前 言	6-2
6-1 資訊產品分類	6-2
6-2 數位化產品開發	6-5
6-3 網路品牌策略	6-9
6-4 建立網路品牌	6-14
結 語	6-18
問題與討論	6-18

Chapter 7 網路訂價策略

前 言	7-2
7-1 導 論	7-2
7-2 社群媒體對訂價的影響	7-5
7-3 網路訂價策略模型	7-10

7-4 基於網路特性的訂價模式	7-12
結 語	7-19
問題與討論	7-19

Chapter 8 網路配銷

前 言	8-2
8-1 導 論	8-2
8-2 網路配銷矩陣	8-4
8-3 網路對傳統中間商的威脅	8-7
8-4 網路的通路體系	8-9
8-5 虛實整合	8-12
結 語	8-21
問題與討論	8-21

Chapter 9 網路行銷傳播

前 言	9-2
9-1 行銷傳播之目的	9-2
9-2 傳統的行銷傳播工具	9-3
9-3 整合性網路行銷傳播	9-5
9-4 網路傳播工具	9-8
9-5 網路行銷傳播的績效指標	9-15
結 語	9-22
問題與討論	9-22

Chapter 10 部落格行銷

前 言	10-2
-----------	------

10-1 導 論	10-2
10-2 如何寫出具有擴散力的文章	10-6
10-3 增加部落格流量的操作方法	10-8
10-4 部落格實務操作 —— 使用 Google Blogger	10-11
結 語	10-19
問題與討論	10-19

Chapter 11 社群媒體行銷

前 言	11-2
11-1 導 論	11-2
11-2 何謂社群媒體行銷	11-7
11-3 Facebook 粉絲團行銷	11-15
11-4 Instagram 視覺行銷	11-19
11-5 行動社群媒體行銷	11-23
11-6 社群媒體之經營成效指標	11-26
結 語	11-28
問題與討論	11-28

Chapter 12 數據行銷

前 言	12-2
12-1 蘊藏豐富資訊的數據	12-2
12-2 消費者區隔	12-10
12-3 根據消費者區隔推薦商品	12-13
12-4 再行銷	12-15
結 語	12-17
問題與討論	12-17

Chapter 13 數位多媒體廣告

前 言	13-2
13-1 導 論	13-2
13-2 數位多媒體廣告的操作方式	13-4
13-3 數位多媒體廣告的計費方式	13-6
13-4 多媒體廣告實務 —— Facebook 廣告的投放 與追蹤	13-7
13-5 多媒體廣告實務 —— Google 廣告制作	13-11
13-6 再行銷廣告	13-18
結 語	13-28
問題與討論	13-28

Chapter 14 顧客關係管理

前 言	14-2
14-1 導 論	14-2
14-2 如何留住顧客	14-3
14-3 關係行銷的核心概念	14-6
14-4 電子顧客關係管理	14-8
14-5 CRM 的績效衡量指標	14-11
結 語	14-15
問題與討論	14-15

附錄 網路行銷企劃書

參考資料

中英文索引