

第 5 章

网络营销推广

学习目标

- 掌握 QQ 推广的相关知识,包括 QQ 推广的流程和推广技巧
- 掌握电子邮件营销流程,包括策划、执行、分析和优化
- 熟悉网站搜索引擎优化技巧,能够提高网站收录、排名和权重
- 掌握百度系列产品推广技巧,能够利用百度产品进行推广
- 熟悉天猫、淘宝各推广渠道能够扩大产品展现

【案例引导】

2008年5月18日,中央电视台为汶川大地震举行赈灾晚会,加多宝公司(凉茶王老吉的生产商)捐出了高达一亿元的善款。次日晚,国内知名网络论坛天涯上出现了一个叫嚣要“封杀王老吉”的帖子,帖子标题为《让王老吉从中国的货架上消失!封杀它!》。

帖子内容只是简单的一句话“王老吉你够狠,捐一个亿!为了整治这个嚣张的企业,买光超市的王老吉!上一罐买一罐!!”却引来了许多支持者,到2008年6月2日,这个帖子的浏览量已经超过52万,回帖多达五千多条。加多宝公司一时成为“爱心企业”的模板,“封杀王老吉”的帖子也被多次转载,引起众多传媒对这一事件的关注和跟进报道。数日后,网上出现了王老吉在一些地方卖断货的传言。

“封杀王老吉”的创意营销传播是一次严密的网络传播案例,在这个事件背后,离不开多渠道的话题传播。

王老吉地震捐款论坛推广中,网络推手不断制造引人注意的话题如“彻底封杀王老吉”等,在百度里输入“封杀王老吉”,可以找到相关网页741 000篇。

百度贴吧在超女事件之后,成为最大的中文社区。“封杀王老吉”事件同超女事件一样成为贴吧明星。在百度贴吧中搜索“王老吉”,能搜索到16 171篇相关的帖子,网络推手不断地大量发帖和回复,帖子都富有强烈的煽动性。

通过“以后喝王老吉(捐一亿),存钱工商(捐8726万)”、“要捐就捐一个亿,要喝就喝王老吉”等易于传播的文字,让王老吉在多个QQ群和博客之间疯狂传播。

【案例思考】

王老吉通过策划和推广这次事件,让我们见证了论坛营销的影响是如此之大。它通过借助汶川地震这一社会热点巧妙地将企业和社会热点结合在了一起,并通过在天涯论坛、百度贴吧等网络平台进行炒作吸引了大量网民的眼球,仅几篇软文和帖子就成功地将王老吉品牌推送出去,促进了产品销量的大幅提升,给企业带来了丰厚的经济效益。此次策划“封杀王老吉”事件不同于常见的硬广告,它更多的是通过策划报道事件的形式将事先准备好的软文或帖子发布在论坛贴吧这类信息平台引起大量网民的关注和讨论,用较低的成本使企

业和产品在短期内达到高曝光率,这样的性价比高的营销手段和方法,企业又何乐而不为呢?网络营销作为一项系统工程,从目标制定到创意策划,从物料制作到推广优化,各环节之间密切相关,这样才能达到良好的营销效果。本章将围绕 QQ 推广、电子邮件营销、百度系列推广、天猫与淘宝活动推广以及其他常见推广方式等知识,介绍常见的网络营销推广方法与技巧。

5.1 QQ 推广

QQ 是腾讯公司开发的一款基于 Internet 的即时通信(IM)软件,支持在线聊天、视频通话、点对点及离线传输文件、共享文件、网络硬盘、自定义面板、QQ 邮箱等多种功能,并可与多种通信终端相连。QQ 的这些功能和沟通传播方式为企业通过 QQ 进行营销推广提供了诸多便捷,本节将从 QQ 推广概述及 QQ 推广技巧两方面对 QQ 推广进行详细讲解。

5.1.1 QQ 推广概述

QQ 作为 IM 即时通信工具中的代表以及数以亿计的庞大的 QQ 用户群体,其推广的优势不言而喻。QQ 推广的优势主要表现为高适用性、精准性、成本低、持续高效等特点。了解 QQ 推广的这些优势特点,对于做好 QQ 推广具有重要意义和作用。下面就围绕 QQ 推广优势及推广方式进行详解。

1. QQ 推广优势

通常来讲,QQ 推广的主要优势有高适用性、精准性、易操作性、低廉成本、持续性、高效性等特点,如图 5-1 所示,即为 QQ 推广主要价值的体现。

1) 高适用性

QQ 作为国内最大的即时通信软件,已经成为网民上网的必备工具之一。QQ 是腾讯计算机通信公司于 1999 年 2 月推出的一款即时通信产品,截止到今日其注册用户已经超过 10 亿,同时在线用户突破 1 亿,日均覆盖人数达到 2.1 亿,日均网民到达率达到 57.4%,如图 5-2 所示是即时通信软件有效使用时间排名。

腾讯 QQ 是整个即时通信软件行业之中市场占有率最大的通信软件,有着数量庞大的用户群体,因此企业在网络推广中利用腾讯 QQ 推广有着高适用性。

2) 精准性

QQ 推广具有精准性,除了可以使用户即时一对一在线交流外还可以将用户以群体的形式组织在一起进行小范围内的群体交流(QQ 群交流)。QQ 群交流的这种方式可以帮助有某些共同兴趣爱好的用户组织在一起形成不同属性的群体,例如喜欢 IT 技术的 QQ 用户可以在一起组建 IT 技术这类 QQ 群,大家可以在群里相互讨论 IT 技术。基于 QQ 群交流的这一特点,企业在 QQ 推广中通过搜集分析目标用户这些共同特点明确用户画像后可

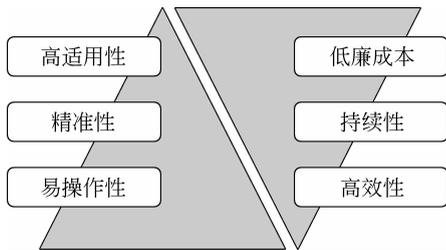


图 5-1 QQ 推广主要价值

以开展更具有针对性的精准营销。

iUserTracker-2016年1月4~10日即时通讯软件日均覆盖人数排名

排名	软件	日均覆盖人数	日均网民到达率	排名变化
		万人	%	
1	腾讯QQ	21 169	57.4%	→
2	阿里旺旺	2787	7.6%	→
3	微博桌面	497	1.3%	→
4	飞信	405	1.1%	→
5	腾讯通RTX	338	0.9%	→
6	Skype	201	0.5%	→
7	腾讯TM	63	0.2%	→
8	飞鸽传书	36	0.1%	↑
9	百度Hi	34	0.1%	↓
10	58帮帮	21	0.1%	→

注：日均网民到达率=该网站日均覆盖人数/所有网站总日均覆盖人数
Source: iUserTracker. 家庭办公版 2016年1月4~10日，基于对40万名家庭及办公（不含公共上网地点）样本网络行为的长期监测数据获得。
©2016.02 iResearch, Inc. www.iresearch.com.cn

图 5-2 即时通信软件有效使用时间排名^①

3) 易操作

QQ 作为一款即时通信软件因其操作界面简单、沟通方便灵活的特点，逐渐成为国内百姓人人必备的社交软件之一。QQ 推广同其他营销推广方法的专业性和复杂程度相比，只需要企业的推广人员通过打字、聊天等方式即可完成，因而备受企业推广青睐。

4) 成本低

QQ 推广实施非常简单，准备几台可以上网的计算机，申请些 QQ 号码，通过一定的推广方法和策略即可进行有效的 QQ 推广，与其他动辄成千上万的营销项目相比，QQ 推广的成本可以忽略不计。

5) 持续性

在 QQ 上企业可以通过用户的 QQ 信息搜集目标用户的信息资料，并在第一时间获得反馈。通过 QQ 企业可以与用户建立长期友好的关系，可以对用户进行长期、持续性的推广营销。

6) 高效率

由于 QQ 推广的精准性与持续性，使得 QQ 推广所带来的最终转化率要高于一般网络推广方式，为企业营销推广节省了大量的时间与人力成本，提高了工作效率。

2. 常见 QQ 推广方式

QQ 作为一款国人常用的即时通信工具，拥有强大的社交功能，其常见的推广方式有单向聊天推广、QQ 群推广、QQ 空间、漂流瓶及朋友圈等几种。

1) 单向聊天推广

所谓单向聊天推广是指企业推广人员使用 QQ 向目标用户发起会话邀请并通过一对一的会话进行精准营销。这种单向聊天方式常用于意向较高的潜在用户。但是这种推广方式效率较低，除非企业拥有大量高质量的精准用户 QQ 信息。

^① 此图及相关数据引自艾瑞咨询网

2) QQ 群推广

QQ 群推广是指网络营销推广人员通过申请加入与行业相关或产品相关的 QQ 群,然后在群内聊天互动、上传资料等方式进行推广,也是企业较常用的 QQ 推广方式。使用 QQ 群推广有以下两种方式。

第一种是单人完成(也称独狼战术),以专业人士的角度在群内发言互动,在向群内成员分享有价值的信息资料的过程中推广产品或者增加品牌曝光率。

第二种是多人合作模式(也称唱双簧),通过多个账号的互动聊天软性地植入企业产品或者进行品牌曝光,并在对话过程中引导或营销用户,如例 5-1 所示,即为 QQ 群多人合作推广过程。

例 5-1 QQ 购物群推广京东店铺相关产品

A: 马云最近心烦意乱,去求见一位德高望重的禅师。禅师沉默不言,拿出一个电热水袋充电,充满之后,突然爆炸。马云若有所思:禅师的意思是这次的难关会像这热水袋一样不攻自破?禅师摇摇头:这是我在淘宝买的。

B: 哈哈! 淘宝假货太多。

C: 可不啊,前几天我在淘宝花 300 买的靴子感觉和专柜的差好多。

D: 干嘛不在京东买啊? 都是正品啊。

A: 京东现在也有第三方,也需要仔细挑。

D: 我一般只选京东自营的,送货也快。

C: 楼上你买的什么靴子啊? 发个链接看看。

D: 进行推广的相关链接。

在上述案例中,通过注册多个马甲账号申请加入目标用户 QQ 群中,各个账号之间分别以专家、小白、群众等不同身份进行互动聊天的方式将广告信息软性植入 QQ 群内,引起群内小范围目标用户的兴趣关注,进而找到对产品感兴趣的意向用户,从而实现持续的营销和转化,为企业带来经济效益。

需要注意的是,在 QQ 群推广之前要准备好营销物料,QQ 推广中不同身份账号的营销话术要准备好。同时,在推广前期准备好加群账号,以免出现加群失败或者因账号较少而无法互动等情况。

3) QQ 空间推广

QQ 空间推广主要有两种方式,一种是通过空间认证后的企业账号吸引大量粉丝,通过此认证账号向网站引入流量,另一种是用专家账号发布动态说说或日志吸引用户关注和品牌曝光。

4) 漂流瓶和朋友圈

漂流瓶和朋友圈推广方式顾名思义,即通过漂流瓶和朋友圈进行推广,网络营销人员通过漂流瓶和朋友圈将产品信息及企业品牌推送给用户进行营销。但由于这种方法推送的用户具有不确定性和送达成功率较低,所以营销的精准性较低,营销效果也自然差些,使用这种方式进行推广的企业较少。

5.1.2 QQ 推广技巧

虽然使用 QQ 进行营销推广有巨大优势和重要营销价值,但想要做好 QQ 推广也绝非

易事,具有一定的技巧性,主要表现为 QQ 资料设置技巧和 QQ 群推广技巧两方面,具体介绍如下。

1. QQ 资料设置技巧

在 QQ 推广过程中,一个完善权威的 QQ 账号资料设置往往能在第一时间吸引到用户眼球。因此做好 QQ 推广的首要任务是完善 QQ 资料,按照 QQ 推广计划要求将每一个 QQ 账号资料设置为对应角色的属性资料。通常,QQ 资料设置主要包括头像、昵称、资料等几个方面,对它们的讲解如下。

1) 头像

QQ 头像代表着 QQ 账号的形象,不同的 QQ 头像代表着不同的形象和风格,试想一个卡通漫画人物的头像与一个端庄成熟的真人头像给人的感受是完全不同的。因此企业营销推广人员在进行 QQ 资料设置时最好使用真人头像,也可以考虑使用自己真实的头像,因为真实的 QQ 头像更有利于取得用户的信任,如图 5-3 所示。



图 5-3 QQ 用户头像

在如图 5-3 所示的 QQ 头像图片中,带有企业 LOGO 标志的以及以真人头像用作 QQ 头像的账号在企业 QQ 推广过程中更易于得到用户的信任和青睐。因此企业在设置 QQ 资料时可考虑选择用企业 LOGO 标志或者真人头像作为推广账号的头像。

2) 昵称

QQ 昵称直接表明了用户的属性和身份,因此企业营销推广人员在设置 QQ 昵称时,可以参考从事行业或产品和自己的姓名相结合的方式设置,比如从事 IT 教育培训行业的推广人员可以将昵称设为某某高级网络营销培训师,还可以加上地区和从事行业,让用户一眼就明白你的职业身份和从事行业有利于取得对方的信任。

3) 资料

关于 QQ 账号的详细资料,专家级的推广人员可以在资料中介绍自己取得的成就和资质,例如某高级网络营销工程师,从事网络营销工作 10 年,操作过千万级账户等这样的简单介绍可以使账号显得更加权威、更具有说服力,如图 5-4 所示为企业 QQ 用户资料。

4) 排名

排名是指 QQ 账号在目标用户 QQ 群内的排名。在 QQ 群中,由于群内成员众多,所以

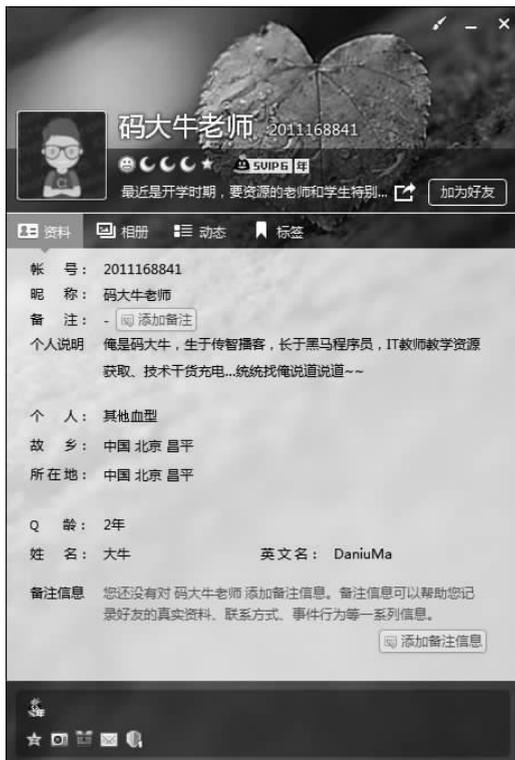


图 5-4 企业 QQ 用户资料

只有排名靠前的账号才能有效增加曝光率,才能有机会吸引更多的用户关注。因此网络营销推广人员在进行 QQ 群推广时,QQ 账号的排名最好靠前些。通常使 QQ 账号排名靠前的方法主要有以下几方面。

- (1) 开通 QQ 会员,QQ 会员的排名通常要高于普通 QQ 号码;
- (2) 巧用 QQ 状态,将 QQ 状态设置为 Q 我吧,在 QQ 状态中“Q 我吧”优先等级最高;
- (3) 在名字前加特殊字符,QQ 排名规则是按照字母昵称首字母进行排序。

2. QQ 群推广技巧

网络营销推广人员面对庞大的 QQ 用户以及众多的 QQ 群体,想要做好 QQ 群推广,实现精准粉丝营销并非易事。QQ 群推广并不是盲目地在群里发送消息就可以实现营销目标的,需要一定的推广技巧。通常利用 QQ 群推广有 QQ 加群推广和自建 QQ 群推广两种方式。两者的主要差别在于推广的 QQ 群是否自有,自建 QQ 群推广多为长期培养意向用户进行营销,而加群推广为短期快速引流推广,因此我们主要围绕 QQ 加群推广进行详细讲解。

QQ 加群推广流程分为 4 个阶段,分别为加群准备、选群、加群申请验证和进群后维护这几方面,如图 5-5 所示,在不同阶段有不同的推广技巧。

1) 加群准备

QQ 群推广首先要申请加入群内成为群内成员,而在加群前进行一定的准备可以取得

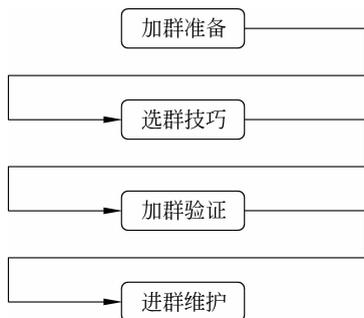


图 5-5 QQ 加群推广流程

事半功倍的效果,主要准备工作有以下几方面。

(1) 准备多个 QQ 账号: 由于每个 QQ 账号每日可添加的 QQ 群和 QQ 好友数量都有限制,所以在推广前准备多个 QQ 账号,可以有效提高加群的效率和数量。

(2) 购买带有级别的 QQ 号: 新申请的 QQ 账号等级较低,信息不全面,难以取得用户信任,因此可以购买或者准备些高级别的 QQ 账号,等级较高的账号比新申请的号码更易取得别人的信任,这样也可以提高 QQ 加群成功的几率。

(3) 购买 QQ 会员: 使用 QQ 会员可以带来两方面好处,一是使用 QQ 会员开通的某些功能有利于推广,二是能够增加目标用户对此账号的信任。

2) 选群技巧

在准备好账号资源之后就可以开始加 QQ 群了,但我们应该如何选群,选择什么样的群也需要一些技巧。QQ 群的选择从某种意义上讲是网络营销推广人员在选择自己的目标群体,所以能否找到精准的目标用户 QQ 群对于提高营销推广效果有重要意义。因此,在选群时需要注意以下几点。

(1) 选群途径: 查找 QQ 群主要是通过 QQ 客户端中的“找群”功能来完成的,通过搜索相关关键词可以找到目标用户群。此外还可以通过搜索引擎以及向身边亲朋好友推荐介绍相关群的方式查找相关群信息,而且通过朋友介绍的方法还能提高加群成功的机会。

(2) 拟定群主题: 根据企业产品的特点选定要添加群的主题,例如教育、医疗、电商、互联网创业、网络营销等不同主题的 QQ 群。

(3) 注意 QQ 群的质量: 主要包括成员少的群(人数少的群加了效果也不会很好)、不活跃的群(有些群常年不发声,群成员之间没有互动,这类群的信息往往被人忽视,营销效果差)、同质化严重的群(指人员重复性大的群,例如两个群人员都很多,但群成员基本相同),以及目标人群不集中的群。在 QQ 群质量较低的群内进行推广会严重影响推广效果。

3) 加群验证

网络营销推广人员在加群时往往遇到验证信息这种问题,那么我们该如何填写验证信息才能提高加群通过的几率呢? 这里总结了以下几点。

(1) 提前查看资料,了解群情况,根据群的要求设置验证信息,例如“地区+行业+姓名”;

(2) 申请被群主拒绝时可以尝试换个昵称和头像隔天再次申请加入,或者换其他号码再次申请;

- (3) 不同 QQ 账号加入不同的群,避免重复;
- (4) 个人资料及头像最好设置为女性,一般通过率较高。

4) 进群维护

进群之后还需要 QQ 群关系维护,推广人员不要刚入群就直接发广告,这样会在第一时间被群主或管理员清除出该群。所以刚加入群后需要维护该群关系,这样可以为后期的营销推广奠定良好基础。群内关系维护同样需要一定技巧。

- (1) 按照 QQ 群规定先修改群名片,不要破坏群主制定的规则;
- (2) 先建感情后推广,不要直接发广告,在群内保持活跃度,成为这个群的“专家”,以专业角度给群内用户指导性建议,在这些建议中植入自己的广告;
- (3) 在 QQ 群活跃时段,根据情况适度推送硬广或软文,可以根据群内的人数和活跃度进行推广,原则是少而精,一般每天不要超过三次;
- (4) 同群主和群管理员建立良好关系,最好能成为管理员;
- (5) 在群成员内找准目标用户,单独添加为好友,进行一对一单聊推广,对已添加过的好友经常进行空间互动关注,包括评论、点赞、节日群发消息、邮件关心问候等;
- (6) 通过群文件、群相册共享资料图片,在上传的资料中植入广告信息,例如网址、水印等,但要保证上传资料内容要有价值;
- (7) 利用 QQ 群推广软件群发消息,通过 QQ 群发软件向群内成员发布私聊广告,优点是跳过群主和管理员的视线,缺点是不够人性化,容易被群成员投诉;
- (8) 创建讨论组,将目标用户拉进讨论组内,在讨论组群发消息,这样可以有效避开群主和管理员的监管。

5.2 电子邮件营销

在第 4 章详细讲解了关于电子邮件的基本概念以及邮件制作的相关知识,熟悉了电子邮件的制作方法和流程之后,便可以使用电子邮件开展邮件营销了。本节将围绕电子邮件营销的相关问题详细讲解。

5.2.1 电子邮件营销概述

电子邮件营销是利用电子邮件与受众客户进行商业交流的一种直销方式,同时也广泛地应用于网络营销领域。电子邮件营销是网络营销手法中最古老的一种,可以说电子邮件营销比绝大部分网站推广和网络营销手法都要老,本节就电子邮件营销进行详细讲解。

1. 了解电子邮件营销

电子邮件营销(E-mail Direct Marketing)也称 EDM 营销,是一种较为传统和成熟的网络营销方法。企业可以通过使用 EDM 向目标客户发送电子邮件,建立同目标用户的沟通渠道,向其直接传达相关信息,用来宣传品牌或促进销售。电子邮件有多种用途,可以发送注册相关信息,如电子广告、产品信息、市场调查、市场推广活动信息等。

2. 电子邮件营销优势

使用电子邮件进行营销都有哪些优势呢?下面详细讲解电子邮件营销的优势,如图5-6所示。

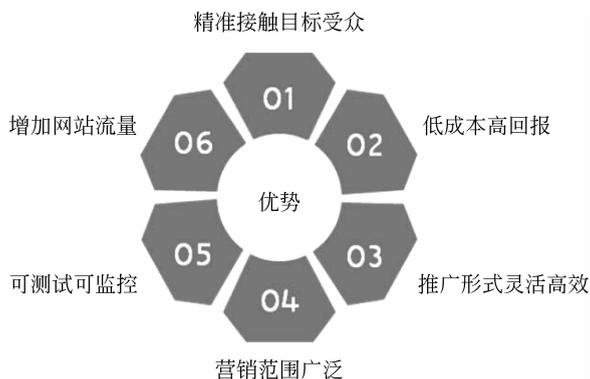


图 5-6 电子邮件的营销优势

1) 精准接触目标受众

使用电子邮件进行推广投放,无论是通过采集、收集、购买或者企业自己积累的会员数据信息,都可以精确筛选发送对象,将特定的推广信息投递到特定的用户群体,进行一对一精准营销,针对性非常强。

2) 低成本,高回报

电子邮件营销是一种成本低但营销效果好的古老网络营销方式,因而备受网络营销推广人员的青睐。特别适合于中小企业,以较低的成本获得良好的营销效果。使用电子邮件进行营销推广的费用要远远低于传统广告费用。

3) 推广形式灵活高效

只要能收集到目标用户邮箱,就可以围绕目标用户开展各种形式的电子邮件营销活动,结合各种活动设计内容页面及推广组合。电子邮件内容设计与制作相对简单,文本、图片、动画、音频、超级链等各种推广形式都可以进行投放,推广形式非常灵活。

4) 营销范围较广

利用电子邮件进行营销推广的范围非常广泛,不论是国内还是国外,只要有网络的地方,电子邮件营销就有它的存在,各行各业几乎没有不适合电子邮件营销的地方。

5) 可测试和可监控

在使用电子邮件营销进行投放推广的过程中,需要对电子邮件进行测试和监控,这也是电子邮件营销与传统媒体广告最大的不同之处,推广人员可根据测试结果确定或调整推广策略,可避免重大策略失误。根据用户行为,统计打开率、点击量并加以分析,可获得真实、有效的用户信息反馈,提高转化率。

6) 增加网站流量

几乎所有电子邮件都有(网站)着陆页的链接,即使没有转化,也会有流量导入。通过对目标群体群发邮件,即使网民无意单击邮件广告打开了网站网页,也会给网站带来一些流量。

5.2.2 电子邮件地址收获和投递方式

电子邮件营销是企业利用电子邮件与目标用户之间进行商业交流的一种直销方式,邮件在投放推广前必须要收集好目标用户的邮件地址才能投放邮件,下面将对电子邮件地址获取方式以及电子邮件投递方式进行详细讲解。

1. 客户电子邮箱地址获取

电子邮件是人们日常网络生活中重要的沟通工具之一,基本上每个人都有属于自己的电子邮箱。而在进行电子邮件营销之前,首要工作就是搜集目标用户的邮箱地址。常见的用户电子邮件地址获取方式有以下几种。

1) 自有网站注册用户

论坛社区、下载系统等,一般公司网站没有会员系统的,可以建立第三方网站,提供有价值资源,提供注册可见或下载方式收集用户资源。

2) 在线订阅

通过创建电子邮件期刊以行业资讯、专业资料等方式进行推送,吸引用户订阅。

3) 有奖调查

通过设置一些奖品,以网络有奖调查形式,收集用户电子邮箱信息。

4) QQ 群成员提取

通过查找添加 QQ 群,利用相关的软件可以快捷地提取指定主题兴趣的 QQ 群成员邮箱地址。

5) 购买地址库

购买第三方平台商提供的行业名录等数据库资源,不过国内现在的第三方平台商提供的数据库资源也鱼龙混杂,良莠不齐。因此,在购买时需综合对比各平台的优劣然后选择购买。

2. 电子邮件投递方式

1) 个人或企业邮箱

通过免费、收费邮箱、自建邮件服务器等平台进行群发操作。使用这种方式投放电子邮件成本较低,但要注意如果单次群发数量较少,容易被封账号。而且自建邮件服务器会与各大邮件服务商白名单以及垃圾邮件过滤产生问题,严重的可致使域名被封。

2) 群发软件

通过客户端软件方式,使用多组免费或收费邮箱服务器接口代为发送本地 EDM 邮件内容,从而实现标题和内容自动随机更换、插入变量等功能。电子邮件群发软件的功能强大,能够节省推广人员大量的时间,费用较低,但也存在调试成本高、成功率较低等不足,企业需慎重考虑,如图 5-7 所示为“百分百邮件营销软件”的发送界面。

3) 邮件营销平台

第三方邮件营销平台与各大邮件服务商有一定的接口优化和白名单机制,只要邮件内容广告不敏感或用户投诉较少,邮件投放都可以达到良好邮件发送成功率。邮件营销平台具有模板完善、发送性能强大、成功率高、单封邮件价格低的特点,发送量较大的企业可以选