

第四章

网上支付与结算

- »实训一 网上银行的使用
- »实训二 第三方支付工具的使用(支付宝)
- »实训三 移动支付的使用

在上一章我们学习了电子商务的三种主要模式,可知目前网上购物正在逐渐受到广大网民的青睐,网上购物正在悄然冲击着传统的购物模式。网上购物的兴起,使得资金的流转方式也越来越受到关注。现在网上购物的付款方式一般有网上银行、第三方支付平台、移动支付和邮政汇款四种。下面通过三个实训介绍前三种网上支付方式。

实训一

网上银行的使用



背景知识

一、网上支付概念及特点

网上支付是指从事电子商务交易的当事人,包括消费者、厂商和金融机构,使用安全电子支付手段,通过网络进行货币支付或资金流转。与传统的支付方式相比,网上支付具有方便快捷、经济高效的优势。

(1) 网上支付采用先进的网络技术,通过数字流转来完成信息传输,采用数字化的方式完成款项支付;而传统的支付方式则是通过现金的流转、票据的转让以及银行的汇兑等实际的流转来完成款项支付的。

(2) 网上支付的工作环境是基于开放的系统平台,传统支付则是在较为封闭的系统中运行。

(3) 网上支付使用的是最先进的通信手段,如互联网、外联网(extranet)等;传统支付使用的则是传统的通信媒介。因此,网上支付对软、硬件设施的要求很高,由联网的计算机、相关的软件及其他配套设施组成。

(4) 用户只要拥有一台能上网的 PC,便可以足不出户,在很短的时间内完成整个网上支付过程。支付费用相当于传统支付的几十分之一,甚至是几百分之一。

二、网上支付手段

网上支付的手段有很多种,常见的是电子支付卡、电子钱包等。

目前广泛使用的电子支付卡主要有预付卡、储蓄卡、信用卡等。预付卡和储蓄卡一般用于小额支付,在很多商家的 POS 机上都可受理,系统的可受理性高。信用卡是银行预设信用额度,客户可在信用额度内先消费后还款,消费享有无息还款期,信用额度循环使用的银行卡产品。信用卡同时具有支付和信贷两种功能。持卡人可用其购买商品或享受服务,或可通过使用信用卡从发卡机构获得一定的贷款。

电子钱包是客户在电子商务网站购物时进行小额支付结算的一种工具,通常与信用卡、电子现金等一起使用。它是一种用来进行安全网络交易,特别是安全网络支付并且储存交易记录的特殊计算机软件或硬件设备,就像生活中的钱包一样,能够存放客户的电子现金、信用卡号、电子零钱、个人信息等,经过授权后,是一种可以方便、有选择地使用的新式网络

支付工具,所以也称为“虚拟钱包”。从技术角度理解,电子钱包设置在用户端的计算机上,通过网上银行电子钱包服务系统来对自己账户上的各种电子货币数据进行管理,及网上支付。

三、常用网上银行相关知识

网上银行(或称网络银行、电子银行、虚拟银行)是指通过互联网或其他公用电信网络与客户建立信息联系,并向客户提供开户、销户、查询、对账、行内转账、跨行转账、信贷、网上证券交易、投资理财等金融产品及金融服务的无形或虚拟银行。

同传统银行业务相比,网上银行业务具有独特的魅力。网上银行成本低廉,不受营业网点和营业时间的限制,方便快捷,有效地提高了服务效率,而且可以提供很多非传统的金融服务。

下面简单介绍几个常见的网上银行的相关知识。

(一) 中国工商银行

中国工商银行的网址为 <http://www.icbc.com.cn>,咨询热线是 95588。

开通工商银行的网上支付功能,需先到银行柜台申请电子银行动态口令卡或 U 盾。动态口令卡客户单笔支付限额为 1 000 元,每日累计支付限额为 5 000 元,口令卡可使用 1000 次,之后需要前往柜台重新申领;U 盾客户不受交易限额控制,可享受 24 小时大额转账汇款等各种服务。

(二) 中国建设银行

中国建设银行的网址为 <http://www.ccb.com>,咨询热线是 95533。

中国建设银行信用卡开通网银后可直接在支付宝使用,而借记卡和准贷记卡(不含存折)需要到银行进行签约后才可在支付宝使用。

(三) 中国农业银行

中国农业银行的网址为 <http://www.abchina.com>,咨询热线是 95599。

从 2008 年 7 月 17 日起,中国农业银行取消了电子支付卡支付服务,会员需到银行柜台领取动态口令卡或升级为移动证书用户。

(四) 交通银行

交通银行的网址为 <http://www.bankcomm.com>,咨询热线是 95559。

用户需携带本人有效身份证明和太平洋卡到交行网点填写“交通银行个人网上银行业务申请表”,办理个人网上银行签约手续。用户可以根据不同的安全需求,选择成为网银手机注册版用户或证书认证版用户,并开通网上支付功能。

(五) 中国民生银行

中国民生银行的网址为 <http://www.cmbc.com.cn>,咨询热线是 95568。

民生银行的网上银行分为大众版和贵宾版。用户可以在网上自助申请设置民生卡网上支付额度并开通网上支付功能,成为大众版用户。申请贵宾版用户,需携带本人身份证、卡折原件到民生银行网点办理签约申请手续,下载并安装证书后即可享受贵宾版的服务。

(六) 兴业银行

兴业银行的网址为 <http://www.cib.com.cn>, 咨询热线是 95561。

用户可携带本人身份证原件及需要开通网银功能的银行卡, 到兴业银行任意一个网点申请办理开通网上银行或者登录兴业银行首页自主开通。

(七) 中国光大银行

中国光大银行的网址为 <http://www.cebbank.com>, 咨询热线是 95595。

对于个人网上银行专业版客户, 可以通过网银开通数字证书支付方式和动态密码支付方式; 对于其他客户, 可以通过柜台开通动态密码支付方式, 或者在开通个人网上银行专业版之后在网银签约。

(八) 上海浦东发展银行

上海浦东发展银行的网址为 <http://www.spdb.com.cn>, 咨询热线是 95528。

用户需携带本人身份证件和卡折, 到浦发银行任意一个营业网点办理开通个人网银手续, 可以选择使用数字证书或动态密码作为网上银行交易的安全保障。在线支付交易限额单笔限额为 5 万元, 日累计限额为 5 万元。

(九) 广东发展银行

广东发展银行的网址为 <http://www.cgbchina.com.cn>, 咨询热线是 95508。

广东发展银行信用卡可以在网上自助开通网上支付功能, 借记卡、存折必须去柜台签署转账协议才能开通网上支付。用户首先需要下载三根根证书并进行安装, 然后按要求填写“个人银行申请表”, 在系统验证无误后, 即申请成功。

(十) 深圳发展银行

深圳发展银行的网址为 <http://www.sdb.com.cn>, 咨询热线是 95501。

深圳发展银行个人网上银行分为深发卡用户、动态口令刮刮卡用户、动态口令编码器用户和数字证书用户四种。深发卡用户可以直接在网上自助申请, 而其他三种用户均需到银行柜台开通办理。



实训目的及要求

- (1) 熟悉网上银行为客户提供的服务内容。
- (2) 掌握网上银行的使用技能, 以工商银行为例, 申请开通网上银行。
- (3) 掌握网上银行证书的安装步骤。
- (4) 学会使用工商银行网上银行助手。



实训内容与步骤

一、必要的准备工作

在开通网上银行之前, 首先要到工商银行办理一张银行卡。如果用户是第一次使用网上银行, 建议按照以下操作步骤对计算机进行必要的设置。

(1) 下载安装个人网上银行安全控件。

先登录工商银行网站(www.icbc.com.cn),单击页面左侧“个人网上银行登录”下方的“安装”超链接,如图 4-1 所示。在弹出的安装向导页面底部单击选择“分步安装”,分别完成安装控件、驱动程序、调整计算机设置。在分步安装页面,单击“个人网上银行控件”链接,即下载个人网上银行安全控件程序 icbc_netbank_client_controls.exe,然后双击该程序,并单击“运行”按钮完成安装。



图 4-1 工商银行首页

(2) 申请 U 盾或口令卡,并安装证书驱动程序。

U 盾和口令卡是用户进行网上交易的安全工具,也是使用工行网上银行进行交易不可缺少的工具。U 盾和口令卡需要到柜台申请办理,用户会得到数字证书(即 U 盾)及其驱动程序光盘,然后根据持有的证书类型,选择安装相应的证书驱动程序。

注意:应在驱动程序安装完成后再将 U 盾连接到计算机 USB 接口上,不要提前连接。

安装驱动程序的方法是:将光盘放入光驱,自动运行系统升级程序 autorun.exe,弹出安装主界面,如图 4-2 所示。

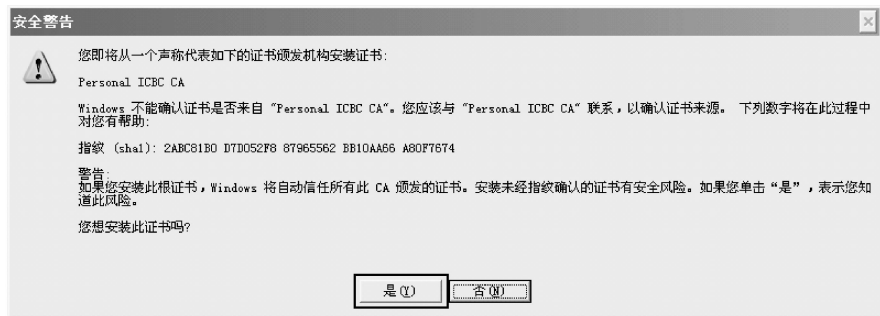


图 4-2 安装证书驱动程序向导

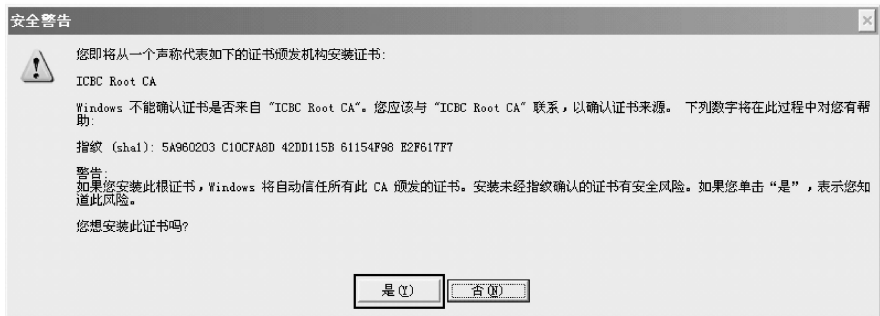
单击“个人网银客户安装”按钮,安装向导提示用户将在计算机中安装程序,单击“下一步”按钮继续程序安装。单击“是”按钮接受工行许可协议,继续安装程序。安装程序将检测系统及补丁信息,单击“下一步”按钮继续安装。安装程序提示“正在安装 USB 驱动程序,请耐心等待”字样,单击“完成”按钮结束安装。最后插上 U 盾,系统提示找到新硬件并完成驱动程序的安装。

(3) 安装工行根证书。

证书客户第一次登录个人网上银行,计算机会有安全提示从 Personal ICBC CA、ICBC Root CA 中颁发根证书,如图 4-3 所示。该根证书用于认证工商银行的网站,单击“是”按钮,表示接受工商银行的个人网上银行服务。



(a)Personal ICBC CA根证书



(b)ICBC Root CA根证书

图 4-3 安全提示

(4) 下载个人客户证书。

安装完相应的证书驱动程序后,在正式使用个人网上银行其他功能之前,先登录个人网上银行。具体操作:打开图 4-1 的工商银行首页,单击“个人网上银行登录”按钮,输入卡号/用户名、登录密码、验证码,单击“登录”按钮打开个人网上银行页面。单击“安全中心”选择窗口右侧“U 盾管理”功能,在“U 盾自助下载”栏目中下载个人客户证书到 U 盾中,如图 4-4 所示。U 盾下载证书信息时,应将 U 盾连接到计算机 USB 接口上。根据提示设置证书密码(下载证书前请确认证书密码为初始密码 12345678),系统会自动选择 CSP(加密服务提供商),最后提示成功下载个人客户证书。请牢记设置的 U 盾密码,此密码即是证书密码。网上银行交易或登录华虹客户端管理工具(管理 U 盾证书的工具)时需输入该密码。

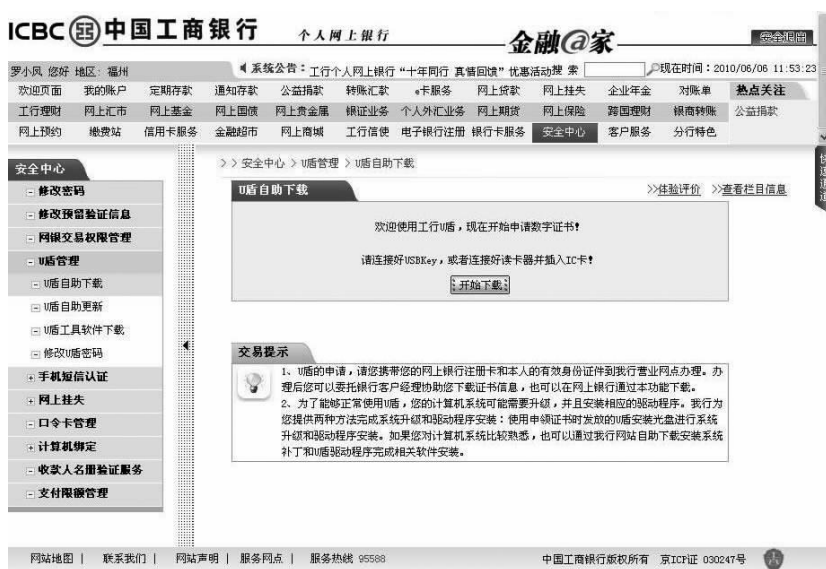


图 4-4 下载个人客户证书

二、使用工行网银助手

前面学习了正式开通网上银行服务之前的主要四项准备工作,这些工作可以分步进行安装,也可以使用工行网银助手集成安装。具体操作步骤如下:

(1) 下载安装工行网银助手。在图 4-1 所示页面中单击左侧“个人网上银行登录”下方“安装”超链接,在弹出的页面找到“工行网银助手”链接,右击,在弹出的快捷菜单中选择“目标另存为”命令,将网银助手下载到本地计算机。然后双击网银助手程序 ICBCSetupIntegration.exe 进行安装,运行网银助手程序如图 4-5 所示。该软件将引导用户完成整个证书驱动程序、控件以及系统补丁的安装。



图 4-5 工行网银助手

(2) 启动安装向导。在图 4-5 中选择快捷安装类型,单击“无 U 盾客户快捷安装”图标进入图 4-6 所示的对话框。网银助手将自动检查控件安装及环境设置情况。



图 4-6 工行网银助手检查

(3) 单击“软件管家”图标按钮,打开图 4-7 所示的“工行网银助手”窗口。网银助手给用户提供了自行安装或卸载软件(驱动程序、U 盾管理控件、网银安全控件)的功能。



图 4-7 工行网银助手软件管家

三、网上银行交易流程

前面介绍了对个人网上银行进行系统设置的两种方法,一是分步安装,二是集成化安装。网上银行交易流程如下。

- (1) 正确登录工行个人网上银行,选择交易项目。
- (2) 根据工行网站提示信息,填写交易项目信息。
- (3) 填写完毕后单击“确认”按钮,IE 提示“请插入 U 盾做签名交易!”,单击“确认”按钮

并插入 U 盾。

(4) 客户核对交易信息无误后,单击“确认”按钮,并输入 U 盾密码,单击“确认”按钮进行签名交易。

(5) 交易完成后,IE 提示用户已完成的数据签名信息,如付款人和收款人姓名、账号、交易金额及日期等。

(6) 单击“确认”按钮完成交易,并拔除 U 盾。

中国工商银行所提供的个人网上银行业务繁多,图 4-8 所示就是网上银行缴手机话费的功能。此外,个人使用较多的业务还有查询、转账、信用卡还款、网上商城交易等。



图 4-8 网银在线缴费



注意事项

如果因无法正常运行安装工行个人网上银行控件,导致无法正常使用网银,可以从以下方面查找原因。

(1) 是否使用 IE 浏览器访问工行网站和安装网银控件。建议安装网银控件时,关闭所有 IE 窗口后运行安装或安装完毕后重启 IE 窗口。

(2) 下载控件程序时是否使用了其他辅助下载工具。建议在 IE 中使用“目标另存为”命令直接下载。

(3) 是否设置了受信任站点。建议在 IE 浏览器中执行“工具”→“Internet 选项”命令,打开“Internet 选项”对话框,选择“安全”选项卡,在列表框中选择“可信站点”选项,单击“站点”按钮,在“可信站点”对话框中将工行门户网站 <http://www.icbc.com.cn>、个人网银 <https://mybank.icbc.com.cn>、贵宾网银 <https://vip.icbc.com.cn> 一一添加到“当站”对话框中。

(4) 是否设置了 ActiveX 控件启用选项。建议在“Internet 选项”对话框中选择“安全”选项卡,在列表框中选择 Internet 选项,单击“自定义级别”按钮,在“安全设置—Internet 区域”对话框中将“ActiveX 控件自动提示”、“对标记为可安全执行脚本的 ActiveX 控件执行脚本”、“二进制脚本和行为”、“下载已签名的 ActiveX 控件”、“运行 ActiveX 控件和插件”这五个选项设置为“启用”,将“对未标记为可安全执行脚本的 ActiveX 控件初始化并执行脚本”、

“下载未签名的 ActiveX 控件”两个选项设置为“提示”。

(5) 是否有弹出窗口阻止程序。建议关闭 IE 弹出窗口阻止程序。

实训二

第三方支付工具的使用(支付宝)



背景知识

一、第三方支付

随着网络购物的迅速流行和网上银行的迅速发展,网络支付平台应运而生。越来越多的第三方支付服务平台开始出现,“贝宝(PayPal)”、“支付宝”、“财付通”、“快钱”等多种支付工具的相继出现,大大加快了我国在线支付业务的快速发展。

所谓第三方支付,就是指一些与国内外各大银行签约,并具备一定实力和信誉的第三方独立机构提供的交易支持平台。在使用第三方支付平台的交易中,买方选购商品后,使用第三方平台提供的账户进行货款支付,由第三方通知卖家货款到达、进行发货;买方检验物品后,就可以通知第三方,第三方再将款项转至卖家的账户中。

相对于传统的资金划拨交易方式,第三方支付可以比较有效地保障货物质量、交易诚信、退换要求等环节。在整个交易过程中,它可以对交易双方进行约束和监督。在不需要面对面交易的电子商务形式中,第三方支付为保证交易成功提供了必要的支持。

二、支付宝概况

“支付宝”一词在第三章已经多次提到。它是国内领先的、提供网上支付服务的第三方支付平台,由全球领先的 B2B 网站——阿里巴巴公司创办。支付宝交易服务从 2004 年开始在淘宝网推出,在短时间内迅速成为使用极其广泛的网上安全支付工具,深受用户喜爱,得到业界高度关注。用户覆盖了 C2C、B2C 和 B2B 领域。支付宝庞大的用户群吸引了越来越多的互联网商家主动选择集成支付宝产品和服务。目前除淘宝和阿里巴巴外,支付使用支付宝交易服务的商家已经超过 20 万家,涵盖了虚拟游戏、数码通信、商业服务、机票订购等行业。这些商家在使用支付宝的同时,更是创造了一个极具潜力的消费市场。

支付宝以其在电子商务支付领域先进的技术、风险管理与控制等能力赢得了银行等合作伙伴的认可。目前其已与国内的工商银行、农业银行、建设银行、招商银行、上海浦发银行、中国邮政储蓄银行等各大银行以及 VISA 国际组织等各大机构建立了战略合作关系,成为金融机构在网上支付领域极为信任的合作伙伴。

三、支付宝交易的优点

支付宝运作的实质是以支付宝为信用中介,在买家确认收到货品前,替买卖双方暂时保管货款的一种增值服务,十分安全。目前全部的支付宝服务都是免费的,使用支付宝交易对

买卖双方都有好处。

对于买家来说:货款先支付给支付宝,收货满意后才付钱给卖家,安全放心;不必跑银行汇款,网上在线支付,方便简单;付款成功后,即时到账,卖家可以立刻发货,快速高效;在线支付,交易手续费全免;实名认证,真实可靠。

对于卖家来说:支付宝可查询买家是否已付款,可以立刻发货,省心、省力、省时;支付宝的交易管理清晰地记录每一笔交易的交易状态,即使有多个买家汇入同样的金额也能区分清楚,账目分明;支付宝实名认证是卖家信誉的保证,消除买家疑虑,带来更多商机。

总之,支付宝保证了买家的货款安全,促进了卖家的销售;卖家的货物安全也有了保证,使用支付宝可以有效降低交易中的各种风险。

四、支付宝的安全交易流程

使用支付宝进行网上支付与结算更安全,而且它的使用范围也很广,绝大多数的网上商店都支持使用支付宝。正确安全地使用支付宝进行交易,应遵循以下流程。

(一) 买家流程

(1) 买家先在网上商店搜索所需的商品,选择满意的商品。

说明:只有支持支付宝付款的商品才可以使用支付宝。

(2) 使用支付宝付款,前提是支付宝账户上还有足够支付商品价格的现金余额,如果余额不足,可通过网上银行向支付宝账户上转账充值。确认付款给支付宝后,支付宝系统会通知卖家发货。

(3) 收货。买家没有异议,需在支付宝系统上确认收货,也就是通知支付宝可以付款给卖家了。

(二) 卖家流程

(1) 卖家开店发布商品,等待商品被买家买下。

(2) 当买家确认购买商品并付款给支付宝后,卖家会收到支付宝的收款通知书,及时发货给买家。

(3) 当买家在支付宝系统上确认收货后,支付宝就会打款给卖家。此时,买家收到了货,卖家收到了款,交易成功结束。



实训目的及要求

- (1) 理解第三方支付的概念。
- (2) 熟悉支付宝工具的使用,包括支付宝账户的开通、充值、提现等操作。



实训内容与步骤

一、开通支付宝账户

开通支付宝账户先要注册账号,有两种方法:一种是在注册淘宝会员时选中“自动创建支付宝账号”,只需激活支付宝账号即可;另外一种是直接登录支付宝网站进行注册。第一

种方法已经在第三章实训三中介绍“注册淘宝会员”时详细讲解过,下面介绍第二种方法。

(1) 在 IE 浏览器中打开支付宝首页(<http://www.alipay.com>),单击页面右侧的“免费注册”按钮,如图 4-9 所示。进入注册页面,如图 4-10 所示。



图 4-9 支付宝新用户注册



图 4-10 注册页面

(2) 选择注册用户类型,这里选择“个人”,单击其下的“注册”按钮,进入注册页面,如图 4-11 所示。注册支付宝可以用手机号码、电子邮箱注册,还可以通过淘宝账户快速开通。



图 4-11 个人注册

(3) 实名认证支付宝。在支付宝页面输入账户名、登录密码,进入“我的支付宝”页面,单击常用功能中“实名认证”可查看到实名认证的情况,如图 4-12 所示。实名认证提供的信息可以是个人身份证,也可以是与之相关联的银行卡。



图 4-12 我的支付宝

支付宝实名认证的方式有两种:一种是通过“支付宝卡通”来进行实名认证,这是淘宝网推荐的方式,卖家开通“支付宝卡通”并完成激活,实名认证会即时完成,“支付宝卡通”已向多家银行开通。另一种是“通过其他方式来进行实名认证”,如果卖家有中国工商银行、招商银行和中国建设银行等其中一家的银行账户,就可以选择这种方式进行实名认证。

支付宝个人认证需要以下三个步骤。

①填写个人信息:要求申请者如实填写个人的姓名(不可修改)、联系地址和固定电话或者手机(可修改)。

②提交身份证件:要求提交个人身份证的扫描件,申请者将身份证扫描件和身份证号上传即可。

③银行账户核实:要求填写银行开户名、开户银行、银行卡号、开户支行名、开户银行所在省份及城市等资料,务必准确填写。

资料都提交后,步骤①和步骤②的状态会变为“用户的信息已提交,点此修改资料”,申请者可以随时修改某些信息,步骤③银行账户核实的状态会变为“等待支付宝公司汇款”。为了验证所提交的银行卡是否有效,支付宝公司会在 2~3 个工作日内向银行卡上汇一元以内的人民币等待确认它所汇的金额,此时状态会变为“支付宝公司已向卡上汇款,等待确认”,如果确认钱数正确即可通过验证。例如,提交资料时银行卡上余额为 500 元,当状态提示为“支付宝公司已向卡上汇款,等待确认”后,便可以查银行卡上的钱了,假如查后发现余

额变为 500.15 元,这就说明支付宝公司向银行卡汇了 0.15 元,只需要进入确认页面输入 0.15 元,单击“确认”按钮即可表明实名认证是有效的。

审核通过后,支付宝个人实名认证便通过了,接下来就可以在淘宝上进行交易活动了。

二、支付宝账户充值、提现操作

(一) 充值

支付宝账户充值的流程可以简单地用图 4-13 来表示。



图 4-13 支付宝充值流程

(1) 用支付宝账号登录“我的支付宝”,在图 4-12 中间实时显示账户信息,单击“充值”按钮,出现图 4-14 所示的充值向导,选择充值方式和网上银行,这里利用本章实训一完成的工商银行网上银行方式进行充值。



图 4-14 选择充值方式

(2) 单击“下一步”按钮,输入充值金额,图 4-15 显示了使用中国工商银行网上银行的相关提醒,仔细阅读后,单击“登录到网上银行充值”按钮继续。

(3) 跳转到工行网上银行订单支付页面,如图 4-16 所示,输入支付卡账号及验证码,单击“提交”按钮。



图 4-15 充值金额

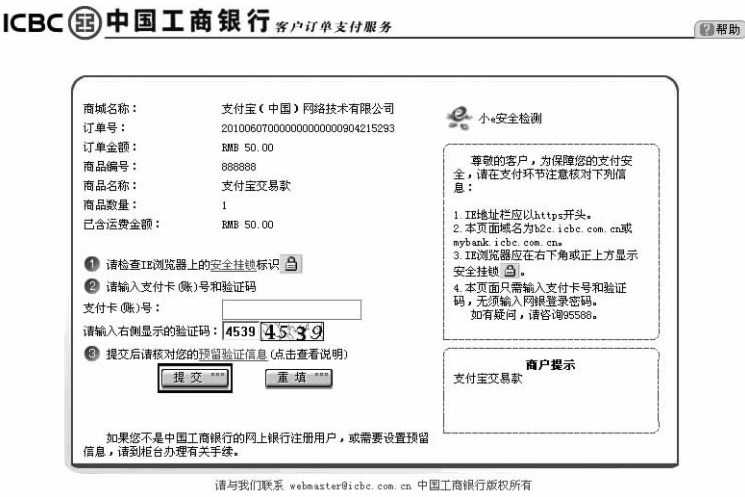


图 4-16 订单支付服务

(4) 提交支付卡账号后,工行网上银行系统会提示预留信息,如图 4-17 所示,单击“全额付款”按钮。预留信息是用户在申请网上银行功能时自己填写的,可以帮助用户有效识别银行网站,防范不法分子利用假银行网站进行网上诈骗,也就是“防钓鱼”功能。

(5) 确认支付信息后,单击“提交”按钮完成付款,如图 4-18 所示。最后弹出成功充值提示。

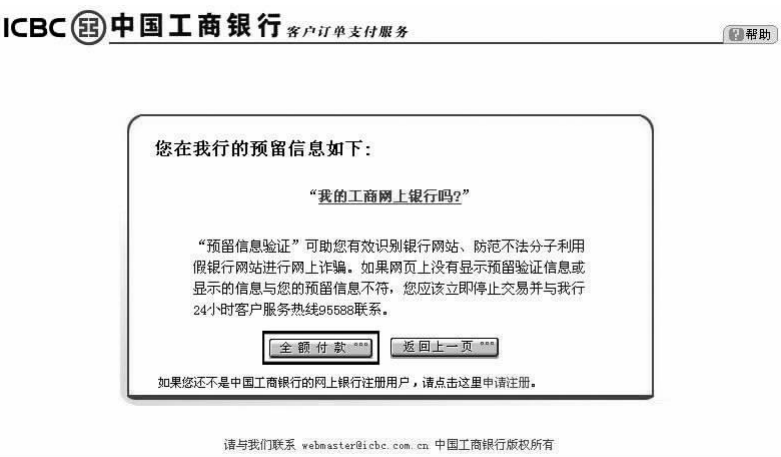


图 4-17 预留信息验证

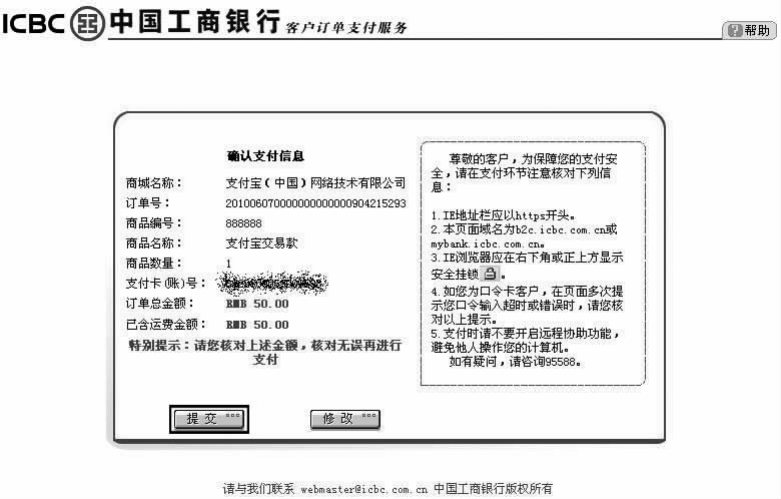


图 4-18 确认支付信息

(二) 提现

支付宝账户提现的流程可以简单地用图 4-19 来表示。



图 4-19 支付宝提现流程

(1) 用支付宝账号登录“我的支付宝”,在图 4-12 中实时显示账户信息,单击“提现”按钮,出现图 4-20 所示的“申请提现”页面。用户可以选择已有的银行账户,也可以添加银行账户,单击“添加银行卡”超链接增加一个新的账户。如果支付宝余额为零,不能进行提现操作。提现金额不能多于支付宝余额。

支付宝 | 提现

欢迎, 罗小凤 [退出] | 消息(0) | 使用遇到问题? | 提交建议

申请提现 设置银行账号 | 提现记录

① 提现是指把支付宝账户中的余额提取到银行卡中, 每天最多可提现3次。

- 部分旧版的银行卡没有同步更新至新版, 请仔细检查提现银行卡的尾号。
- 温馨提醒: 请检查银行名称和卡号后四位, 确认是提现至您本人银行卡。

普通提现 2小时快速提现

亲, 11月29日提现到中信银行储蓄卡, 将随机抽取16666个幸运儿享受每提现1000元得100个集分宝的幸运好礼! [查看详情](#)

您的支付宝账户: 罗小凤 kitty97250@hotmail.com

提现银行账户:	银行名称	银行卡尾号	限额	到账日期	操作
	中国农业银行	2316	49999.00元/次	预计11月25日24点前	编辑 删除 设置优先

添加银行卡 (还可以添加19个)

提现金额: 元

您没有可用的余额进行提现。返回我的支付宝

[下一步](#)

图 4-20 申请提现

(2) 单击“添加银行卡”链接后,弹出图 4-21 所示的“添加新银行卡”页面。选择开户银行所在城市、银行和卡号等信息,然后单击“保存账户”按钮,设置成功。

添加新银行卡 [关闭](#)

① 提现目前仅支持工行、农行等 14家银行 的 借记卡。提现银行卡不必开通网银。

* 银行账户类型: 借记卡

* 开户人真实姓名: 罗小凤

* 开户银行所在城市: 福建省福州市

如果找不到所在城市, 可以选择所在地区或者上级城市。

* 选择银行: 中国工商银行

* 银行卡号:

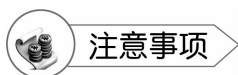
此银行卡的开户名必须为“罗小凤”, 否则提现会失败。

[保存账户](#)

图 4-21 添加银行账户

(3) 选择要提现的支付宝账户签约银行(即实名认证支付宝账号时提供的银行),再输入提现金额,单击“下一步”按钮继续。

(4) 确认提现转入的银行账户及金额后,输入支付密码,单击“确认提现”按钮完成整个支付宝提现操作。



注意事项

一、相关工具之间的关系

前面介绍了很多有关网上支付的工具,如银行卡、网上银行、支付宝等,那么它们之间存在着什么样的关系呢?

1. 银行卡与网上银行的关系

银行卡与网上银行是连通的,在网上银行中用户可以查询自己银行卡的各项信息。如果要取出卡里的现金,只要拿着与网上银行相连的银行卡,到该银行柜台或自动取款机(ATM)上输入银行卡密码,就可以顺利拿到现金了。网上银行的资金存取原理与现实生活中银行卡里的现金存取原理是完全一样的,不同的只是操作存取款业务的方式。

(1) 用银行卡存取款时,只需要一个简单的银行卡密码;而在网上银行则需要更复杂的登录密码,并且还需要 U 盾或电子口令卡等支付工具。

(2) 用银行卡存取钱时需要用户到银行柜台或 ATM,输入银行卡密码来完成;而在网上银行存钱和取钱则只需要用户在任何一台联网的计算机前,用鼠标和键盘即可操作完成。

(3) 用银行卡存取的是现金;而在网上银行存取的是现金数字,且这个数字在银行卡中有对应现金。

2. 网上银行与支付宝的关系

用户网上银行的电子钱与支付宝账户上的电子钱没有对应关系,而是互为流通的关系。我们可以把支付宝账户理解为去淘宝网购物时必须带上的电子钱包,在购物时要确保这个电子钱包里有钱,足够支付购买的宝贝货款。支付宝账户里的电子钱是用户通过网上银行存进去的,这一过程就是“充值”。支付宝账户里的电子钱也可以方便地回到网上银行,这一过程就是“提现”。

二、使用支付宝时应注意的安全问题

1. 妥善保管好自己的账户和密码

不要在任何时候以任何方式向别人泄露自己的密码。要记住,支付宝绝对不会以任何名义、任何方式向用户索取密码;支付宝联系用户一律使用公司固定电话,对外电话显示区号为 0571,任何时候都不会使用手机联系用户,并且工作人员都会主动向用户报上名字。

2. 创建一个安全密码

支付宝的登录密码和支付密码一定要分别设置,不能为了方便设置成相同的密码。密码最好是数字、字母和符号的组合,尽量避免选择用生日和昵称作为登录密码或支付密码。不要使用与其他在线服务(如易趣、MSN、Yahoo 或网上银行)相同的密码。在多个网站中使用相同的密码会增加其他人获取用户密码并访问用户账户的可能性。

3. 认真核实支付宝的网址

每次登录尽量直接输入支付宝的网址,不要从来历不明的超链接访问网站,支付宝登录页面的网址开头为 <https://www.alipay.com>。请仅在路径以 <https://www.alipay.com> 开头的页面上输入支付宝密码,而不要在其他路径的页面中输入。即使当前网页的网址中包含有 alipay 一词,也有可能不是支付宝公司的网站。因为假冒网站会试图模仿支付宝的样式风格来获得用户的密码以及对用户账户的访问权限。如果网址中斜杠前包含其他字符,如@、下划线等,那么该网站绝不是支付宝的网站。

4. 及时更新杀毒软件和安装防火墙

避免在网吧等公共场所使用网上银行和支付宝,不要打开来历不明的电子邮件等;经常

使用支付宝助手进行 IE 修复。

5. 开通专业版网银进行付款

如果经常进行网上消费,建议前往银行柜台办理网上银行专业版开通手续,在自己的上网终端上安装网上银行数字证书,确保银行账户安全。

6. 申请支付宝数字证书

使用数字证书,即使发送的信息在网上被他人截获,甚至丢失了个人的账户、密码等信息,仍可确保账户、资金安全。

7. 支付时遵守支付宝购物流程

请买家一定要在自己收到货且没有异议后再单击“确认收货”。如果在未收到货或者收到的货物与卖家的描述不符的情况下,就先单击“确认收货”,买家将因此承担不必要的损失。请买家在付款后经常查看支付宝提示的“完成本次交易”的剩余时间,如果长时间没有收到货物,要及时向支付宝提出退款申请。

请卖家一定要在确认买家付款以后,再发货。如在买家还没有付款的情况下就先发货,没有按照支付宝流程操作,造成的损失由卖家自己承担。

实训三

移动支付的使用



背景知识

一、移动支付的概念

移动支付也称为手机支付,是允许用户使用其移动终端(通常是手机)对所消费的商品或服务进行账务支付的一种服务方式。完整的移动支付价值链包括移动运营商、支付服务商(如银行、银联等)、应用提供商(公交、校园、公共事业等)、设备提供商(终端厂商、卡供应商、芯片提供商等)、系统集成商、商家和终端用户。通俗地说,移动支付是以手机、掌上电脑(PDA)等移动设备为工具,通过移动通信网络实现交易的一种现代化手段,可以为用户带来很大的便利,同时更具有时尚性,得到了许多消费者,特别是年轻人的喜爱,蕴藏着极大的商机。

早在 2009 年上半年,我国手机支付用户总量就突破 1 920 万,实现交易 6 268.5 万笔,支付金额共 170.4 亿元人民币。咨询公司 Informa 报告认为,预计到 2013 年,移动支付的市场规模将达到 8 600 亿美元。移动支付是前景广阔的新兴行业。

二、移动支付业务

如今,移动支付业务正吸引着电信运营商、金融机构以及零售商的极大关注。目前,移动支付的运作模式主要有三类:以移动运营商为运营主体的移动支付业务、以银行为运营主体的移动支付业务和以独立第三方为运营主体的移动支付业务。

目前以移动运营商为运营主体的移动支付业务占主导优势。例如,手机银行卡支付,它是中国移动、中国银联、联动优势科技有限公司联合各大银行共同推出的一项全新的移动电子支付通道服务。运营商通过把客户的手机号码与银行卡等支付账户进行绑定,使用手机短信、语音、WAP(WAP 是 wireless application protocol 的缩写,意思是无线应用协议,是无线终端设备上网的一种协议,也是通过 HTTP 方式承载的一种通信协议)、K-Java、USSD 等操作方式,随时随地为中国移动的客户 提供移动支付通道服务。使用该通道服务,用户可完成手机缴费、手机理财、移动电子商务付费等类别的个性化服务,具体包括查缴手机话费、动感地带充值、个人账务查询、手机订报、购买数字点卡、电子邮箱付费、手机捐款、远程教育、手机投保、公共事业缴费等多项业务。

三、工行手机银行产品简介

本实训以“以银行为运营主体”的移动支付模式,结合中国工商银行 的手机银行产品介绍移动支付的使用。

手机银行可以提供 24 小时全天候、随身便捷的金融服务。用户只要通过手机上网访问工行手机网址 wap.icbc.com.cn,即可办理账户管理、转账汇款、投资理财、缴费业务、信息查询等金融服务。另外,用户还可以通过手机银行实时了解包括存贷款利率、基金净值、股市行情、汇市行情、黄金行情等在内的各类金融信息。工行手机银行的资金转出功能有严格限制,用户本人必须到柜台去签订协议,才能转账、缴费、支付。同时,工行还采取静态密码、电子银行口令卡等多种手段确保用户资金与信息的安全。因此,用户不必担心使用手机银行导致资金被盗用的风险。



实训目的及要求

- (1) 掌握移动支付的概念,了解一般银行所提供的移动支付功能。
- (2) 以工商银行为例,掌握工行手机银行的注册流程、登录手机银行的操作。
- (3) 以缴费业务为例,举一反三,掌握手机银行的业务功能应用。



实训内容与步骤

一、注册流程

用户注册手机银行业务有柜面注册和自助注册两种途径。柜面注册要求用户持本人有效身份证件及银行卡到工行营业网点,填写“中国工商银行电子银行个人客户注册申请表”,办理注册手续。自助注册不需要到营业网点办理,通过互联网就可自助完成,具体又有三种渠道。

1. 手机网站渠道

通过手机登录手机银行主页(wap.icbc.com.cn),选择“自助注册”后按照提示信息自助开通。

2. 网上银行渠道

登录个人网上银行,在“电子银行注册”中选择注册渠道为手机银行(WAP),进入注册

开通信息录入页面,选择要开通的注册卡,输入预留验证信息、登录密码、支付密码、首选注册卡号等信息,如图 4-22 所示,提交并验签通过后即注册成功。

注意:使用网上银行渠道注册手机银行需要插入 U 盾做签名交易。

图 4-22 个人网上银行注册入口

3. 网站渠道

下面介绍网站渠道的注册步骤。

(1) 登录工行门户网站(www.icbc.com.cn),在门户网站上方选择“电子银行”进入图 4-23 所示的电子银行首页。



图 4-23 电子银行首页

(2) 整个开通注册的流程分为五个步骤:输入注册卡(账)号→签订注册协议→输入注册信息→注册信息确认→注册信息反馈。单击手机银行下面的“注册”超链接,出现图 4-24 所示的页面。在图 4-24 中输入注册卡号后,单击“下一步”按钮继续。该注册卡号为用户在工行中所持有的银行卡账号。



图 4-24 输入注册卡号

(3) 签订注册协议。仔细阅读中国工商银行手机银行(WAP)交易规则后,单击“已阅读并接受”按钮,如图 4-25 所示。

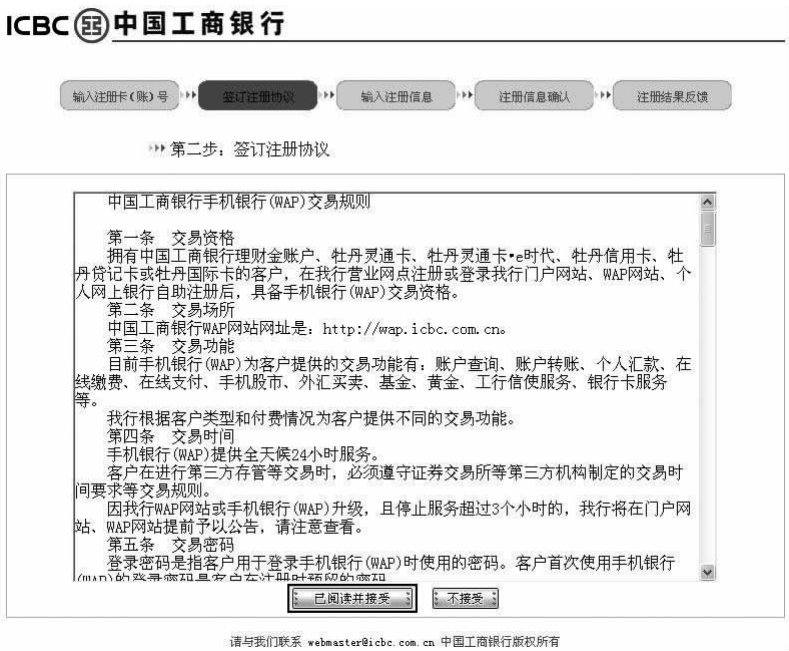


图 4-25 接受注册协议

(4) 输入注册信息,如图 4-26 所示。注意,只能输入一个手机号码,它与银行卡号是绑定的,要保证可用而且就在身边;设置预留信息是为了用户在每次登录手机银行时核对是否登录正确的网址,起到防钓鱼诈骗的作用;登录密码可以不同于网上银行登录密码、支付密码等其他密码。但需要提醒用户的是,因设置的密码过多,一定要分辨清楚并牢记密码。输入完成,单击“提交”按钮。

(5) 确认注册信息,如图 4-27 所示。单击“确认”按钮之前,需输入短信验证码,该验证码是由工行 95588 系统自动发到步骤(3)填写的手机号码上,查看手机短信,对照发送编号填写验证码。

(6) 单击“确认”按钮,完成手机银行(WAP)的自助注册,系统显示注册结果反馈。

第三步: 输入注册信息

自助注册操作提示:
如果您现在还不是手机银行(WAP)客户,请按页面要求输入相关内容并确认后,即可成为我行手机银行(WAP)客户;请正确选择/输入注册信息。

手机银行(WAP)自助注册

注册卡号: 62220210010000000000 (请输入六位数字密码)

注册卡密码: 123456 (例如: 0810 表示 2008 年 10 月)

信用卡/借记卡有效期: 1501 (只能注册一个手机号)

手机号码: 13900001234

姓名: 罗小风

证件类型: 身份证

证件号码: 360101198001010001 (怎样设置预留验证信息,它有什么用?)

预留信息: 是你的工行手机银行吗?

手机银行(WAP)登录密码: 123456 (密码长度 8~30 位,包含字母和数字,字母区分大小写)

确认手机银行(WAP)登录密码: 123456

验证码: 4619 4619

上一步 提交 返回

图 4-26 输入注册信息

ICBC 中国工商银行

输入注册卡(账)号 签订注册协议 输入注册信息 注册信息确认 注册结果反馈

第四步: 注册信息确认

手机银行(WAP)注册

注册卡号: 62220210010000000000

手机号码: 13900001234

认证方式: 静态密码

证件类型: 身份证

证件号码: 360101198001010001

预留信息: 是你的工行手机银行吗?

您申请开通我行手机银行(WAP),我行 95588 将向您登记的手机发送短信,请您收到短信后,将短信中的验证码填入本页后提交。

短信验证码: 500552 (发送编号为 236658571)

上一步 确认 取消

请与我们联系 webmaster@icbc.com.cn 中国工商银行版权所有

图 4-27 确认注册信息

二、登录手机银行

(1) 启用手机上网功能,输入工行手机银行地址 <http://wap.icbc.com.cn>,进入手机银行登录首页,如图 4-28 所示,单击“登录”按钮。

(2) 进入注册账户、密码及验证码输入页面,输入正确的信息后单击“登录”按钮。

(3) 进入欢迎页面,显示出注册时的姓名、预留的信息及登录记录,单击“确定”按钮继续。

(4) 登录成功,进入工商银行手机银行功能首页,如图 4-29 所示,单击相关功能进行具体操作。



图 4-28 手机银行登录首页



图 4-29 功能首页

三、手机银行缴费业务

手机银行提供的业务功能丰富,这里简单介绍缴费业务。缴费项目包括电话费、手机话费、网费、水电费、煤气费、物业费等各种费用。

(1) 登录手机银行,进入功能首页,在图 4-29 中单击“缴费业务”栏目,进入缴费业务的子菜单页面,如图 4-30 所示,单击“缴费”超链接。

(2) 进入缴费类型的选择页面,选择缴费类型,再选择收费项目,如图 4-31 所示。



图 4-30 缴费业务

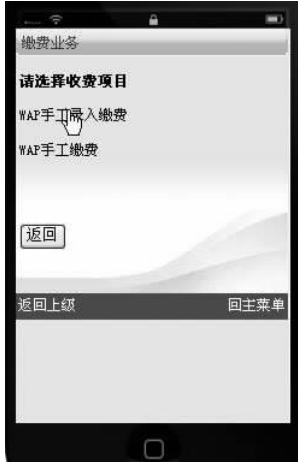


图 4-31 选择缴费收费项目

(3) 进入转出账户选择页面,选择要转出的账户,单击“下一步”按钮继续,如图 4-32 所示。

(4) 进入账户核实页面,核实无误后,输入支付密码及验证码,单击“确定”按钮,一笔缴费就成功了,如图 4-33 所示。

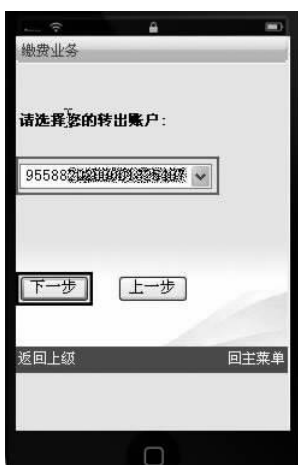


图 4-32 选择转出账户

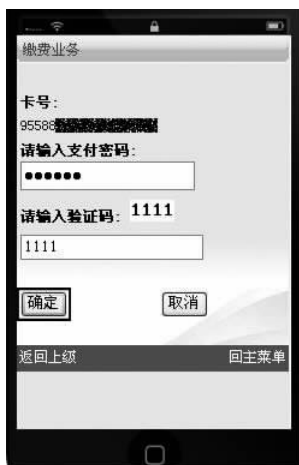


图 4-33 确定缴费



注意事项

这里以前面介绍的“手机银行卡支付”业务为例,说明在使用移动支付时需要注意的一些事项。

1. 注意采用不同操作方式所适用的范围

“手机银行卡支付”业务通过把客户的手机号码与银行卡等支付账户进行绑定,提供了使用手机短信、语音、WAP、K-Java、USSD 等操作方式享受移动支付通道服务。但不同操作方式所适用的范围不同。

(1) 手机短信、语音方式适用范围:所有已开通手机银行卡支付服务的客户。

(2) WAP 操作方式适用范围:所开通的手机具有支持会话的 WAP 网页浏览器的客户。

(3) K-Java 手机方式适用范围:拥有支持 K-Java 技术的手机,且已开通手机银行卡支付服务的客户。

(4) USSD 手机方式适用范围:USSD 业务可通过菜单方式和直接点播方式来实现,菜单方式是指使用手机拨号“*188#”后可接收到业务菜单,用户回复所需要的菜单编号,便获取所需的短信。直接点播方式是指手机直接拨所需业务的指令,如“*199*2*1*1#”便可直接进行余额查询。但并不是所有的手机都支持这一功能,而且也不是所有手机都支持中文的菜单,应根据手机是否兼容 USSD 业务来选择。

2. 注意信息安全

为安全起见,每次操作后,建议立刻删除手机上含有银行卡信息以及手机银行卡支付的短信。此外,绑定银行卡相关信息发生任何变动时,都需要注销原有手机银行卡支付后再次开通才可以正常使用。

实训项目

- (1) 登录网上银行,查询自己的银行账户往来明细并熟悉银行提供的各类服务。
- (2) 利用网上银行功能,给自己的手机号码进行一次充值缴费。
- (3) 同学间利用支付宝的功能实现一次网上银行的转账提现功能。
- (4) 有条件的同学可以通过建行手机银行“全国手机话费充值”功能,为中国移动、中国联通、中国电信的手机用户实时充值并实现“手机跨行转账”、“手机快捷查询”等。
- (5) 分别利用支付宝和财付通完成一次网上支付行为,写下操作流程并对比两者的不同。

第七章

网络营销

- »实训一 网上市场调查
- »实训二 网络广告发布
- »实训三 搜索引擎营销及搜索引擎优化

网络营销是企业整体营销战略的一个组成部分。它并不仅仅是网上销售,而是建立在互联网基础之上,借助于互联网特性来实现一定营销目标的一种营销活动。通过本章的操作实训,加深对网络营销中涉及的在线调查问卷、网络广告和搜索引擎等基础知识和基本理论的理解,掌握在线发布调查问卷、网络广告推广以及搜索引擎营销的实际操作。学习搜索引擎营销与搜索引擎优化的内容,包括将网站添加到搜索引擎数据库中方便网民搜索浏览;让网站的排名靠前,提高访问流量和点击率,了解搜索引擎的基本工作原理,为搜索引擎营销奠定基础。

实训一

网上市场调查



背景知识

一、网上市场调查的含义及特点

(一) 网上市场调查的含义

网络市场营销调研是企业进行市场预测和决策的基础,是网络营销链上的极其重要的环节。没有市场营销,就把握不了市场。通过市场调研,企业可以了解和掌握消费者现实和潜在需求,能有针对性地制订营销方案,减少决策中的盲目性,在竞争中发挥企业的优势,从而取得良好的业绩。因此,营销调研是每一个活跃在市场上并取得成功的企业不可缺少的组成部分。

进入数字化信息时代,互联网为企业进行市场调研提供了强有力的工具。网上市场调查的出现,使传统市场调研发生了巨大的变革。因为互联网本身就是一个巨大的信息资源库,能够为调研提供大量有用的资料。在市场调研技术手段方面,网上市场调查具有革命性突破,它能找到真正的消费者,而非笼统意义的潜在消费者和大众消费者。

网上市场调查又称联机市场调研,它通过网络进行有系统、有计划、有组织地收集、调查、记录、整理、分析与产品劳务有关的市场信息,客观地测定及评价现在市场和潜在市场,用以解决市场营销的有关问题,其调研结果可作为各项营销决策的依据。

(二) 网上市场调查与传统市场调研的比较

网上市场调查作为一种新兴的调研方法,与传统调研相比,有很强的优越性,如表 7-1 所示。

表 7-1 网上市场调查与传统调查比较

项目 \ 内容	网上调查	传统调查
调研费用	较低,主要是设计费和数据处理费,每份问卷所要支付的费用几乎是零	昂贵,要支付包括问卷设计、印刷、发放、回收,聘请和培训访问员,录入调查结果,有专业市场研究公司对问卷进行统计分析等多方面的费用
调查范围	全国乃至全世界,样本数量庞大	受成本限制,调查地区和样本均有限制
运作速度	很快,只需搭建平台,数据库可自动生成,几天就可能得出有意义的结论	慢,通常需要 2~6 个月才能得出结论
调查的时效性	全天候进行	不同的被访问者对其可进行访问的时候不同
被访问者的便利性	非常便利,被访问者可自行决定时间地点回答问卷	不方便,要跨越空间障碍,到达访问地点
调查结果的可信性	相对真实可信	一般有督导对问卷进行审核,措施严格,可信性高
实用性	适合长期的大样本调查,适合要迅速得出结论的情况	适合面对面地深度访谈,食品类等需要对访问者进行感观测试的调查

虽然网上市场调查在很多方面较传统调查具有优越性,而且以互联网为唯一调查媒介的网上市场调研公司不断应运而生,并取得了引人注目的成绩,但传统调研法仍是不可或缺的,特别是在一些经济技术不发达的国家和地区。然而即便在发达地区,传统调研法仍可以对互联网调研起到重要的辅助作用。例如,传统调查可以进行定点测试,解决网上市场调查只能反映网络用户意见、被调查者信息缺乏等体现出来的不足。

二、网上市场调查的常用方法

(一) 网络访谈法

网络访谈法也称为联机访谈法或者网络访谈法,是指在计算机网络上,使用已经建立的网站,通过事先的邀请,让确定的若干网友在指定的时间登录一个特定的网站而进行市场调查的方法。在网络成为信息传递必不可少的工具时,利用网络进行调查可能成为一种潮流,被称为现代调查方法。我国已经有机机构利用这种新的方法组织市场调查活动,它们可以利用自己的网站组织调查,也可以利用别人的网站进行组织调查,或者两者兼而有之。

1. 网络访谈法的优点

(1) 快速性:有的调查公司通过实践总结认为,从征选受访者到获得调查结果,并进行信息资料的汇总和访谈总结,只需要 5~6 天的时间。

(2) 节省性:利用网络访谈法可以节省的费用起码有会议室的租赁费用、使用仪器的费用、差旅费用、住宿费用、办公用品费用等。随着电脑价格的下降和上网费用的减少,网络访

谈法的费用将越来越节省。

(3) 接近性:使用网络访谈法可以使无论地理位置多远的受访者,都可以在很短的时间内实现接近,而且可以与任何人进行接近。

(4) 真实性:网络访谈法的匿名隐蔽性,使受访者可以毫无顾虑地公开自己的秘密,这对于市场调查机构而言,获得的是较为真实的回答。

2. 网络访谈法的缺点

(1) 样本数量有限:网络访谈作为网上市场调查法的一种,同样存在样本数量局限的问题,如果市场调查的目的是针对大范围目标对象,则不可能使用网络访谈法进行调查活动。

(2) 对象的不确定性:因为网络的虚拟特性,故企业在进行网络访谈时,很难确定受访对象。因此,对市场细分和目标市场的选择而言,这样的调查活动可能帮助有限。

(二) E-mail 问卷调查法

E-mail 问卷调查法主要是指利用计算机网上市场调查对象的电子信箱进行问卷和完成市场调查的方法。

1. E-mail 问卷调查的步骤

进行 E-mail 调查的主要操作步骤为:调查主持者在自己的终端机上制订调查问卷,然后按照已经知道的 E-mail 地址发出问卷(电子调查邮件),受访者在自己的信箱中看到问卷后,直接把答案回复到调查者的信箱,最后调查主持者通过事先设计好的软件程序进行调查结果的统计。

2. E-mail 问卷调查的形式

E-mail 问卷调查主要有两种形式:主动问卷调查和被动问卷调查。主动问卷调查是指调查主持者主动出击寻找被调查者。被动问卷调查是将问卷放置在网络站点上,等待访问者访问时主动填写问卷的一种调研方法。被动问卷调查需建立被访者 E-mail 地址信息库,在进行数据分析之前也无法选定调研目标,但它所涉及的被调查者范围要比主动问卷调研法广阔得多,几乎每个网民都可以成为被调查者。

被动问卷调查法通常应用于类似于人口普查的调研,特别是对网站自身建设的调研。例如,中国互联网络自身发展状况调查 CNNIC(中国互联网络信息中心)每半年进行一次的“中国互联网络发展状况调查”采用的就是被动问卷调研法。在调查期间,为达到可以满足统计需要的问卷数量,CNNIC 一般与国内一些著名的 ISP(网络服务提供商)/ICP(网络媒体提供商)设置调查问卷的链接,如新浪、搜狐、网易等,进行适当的宣传以吸引大量的互联网浏览者进行问卷调查,感兴趣的人会自愿填写问卷并将问卷寄回。



实训目的及要求

(1) 了解网上市场调查的含义和类型,掌握网上市场调查的方法。

(2) 了解网上市场调查与传统调查方法相比较的优缺点,掌握网上市场调查问卷的设计技术。



实训内容与步骤

无论是网络访谈法,还是 E-mail 问卷调查法,都应遵循一定的流程。

一、选择合适的网站平台

合适的网站平台能及时发现需要调研对象的内容,如国外的 yahoo!、Google,国内的百度、263、sina 等,它们能提供有关的市场信息,阅读分析存储数以万计的资料。本实训以问卷星网站为例,在 IE 浏览器地址栏中输入问卷星网站的网址 <http://www.sojump.com/>,如图 7-1 所示。该网站提供专业的网上问卷调查服务,主要的服务优势如下。

- (1) 支持多种问卷题型和复杂的问卷逻辑跳转等。
- (2) 具有强大的问卷统计分析功能,可以自动筛选有效问卷,并对问卷结果进行自动分类统计、交叉分析等。
- (3) 提供超过 260 万份的样本资源,主要样本结构有性别、年龄、地区、职业、月收入等,有助于向特定的人群进行问卷推广。除此以外,问卷星还提供各领域的问卷模版(高校与科研、网站与博客、媒体、政府机构、俱乐部、企业等)、外部数据接口(以网页代码的形式方便在其他网站推广)。



图 7-1 问卷星网上问卷调查平台

二、设计网上市场调查问卷

- (1) 在设计调查问卷前需先注册成为问卷星网站的会员,在网站首页单击“注册”按钮,

弹出图 7-2 所示的页面。选择“免费版”用户类型,单击其下的“立即注册”按钮,根据提示要求填写用户名、密码及电子邮件,即可注册成功。

请选择用户类型		企业版 立即注册 按时间计费 价格表	专业版 立即注册 按问卷计费 价格表	个人版 立即注册 根据填写人次计费 价格表	免费版 立即注册 完全免费,无限期使用
适用场景		适合企业、市场调研/咨询公司、政府及科研机构。可用于员工满意度调查、客户满意度调查、市场调查、企业内训、人才测评、民意调查、科研课题等。服务介绍	适合高校研究生、俱乐部或团队,可用于论文调研、学术调研、市场调查、活动报名、会员满意度调查、在线测试等。	适合学生和个人用户,可用于课程作业调研、在线投票、内部调查、在线测试、信息登记等。	适合学生或个人用户,可用于各类公开的在线调查、投票、测试、报名、信息登记等。
		已有10377位专业版/企业版用户 查看成功案例		已有183781位免费版/个人版用户	
人工协助		✓	不支持	不支持	不支持
自定义域名		✓	不支持	不支持	不支持
多用户管理		✓	不支持	不支持	不支持
界面	设置公司名称和Logo	✓	不支持	不支持	不支持
	自定义问卷首页页脚	✓	不支持	不支持	不支持
	问卷页面	更简洁、更商务化,突出贵公司/机构品牌信息。 查看示例	页面更简洁、专业性更强 查看示例	查看示例	
设计问卷	可发布问卷数量	无限制	无限制	无限制	无限制
	单份问卷题目数	无限制	200 道题	100 道题	80 道题
	单份问卷最大填写人次	单份问卷5万次以内	单份问卷2万次以内	单份问卷1万次以内	单份问卷1万次以内
	21种题型	✓	✓	✓	✓
	上传文件题	✓可用空间	不支持	不支持	不支持
	上传图片空间	20M	10M	5M	2M
	验证服务器预定义列表最大数	20000 个	200 个	20 个	10 个
	逻辑逻辑	✓	✓	✓	✓
	自定义问卷外观	✓	✓	✓	✓

图 7-2 注册免费版问卷星用户

(2) 注册成功后登录进入“我的问卷”,如图 7-3 所示。如果已经是老用户,直接登录无须注册。



图 7-3 登录“我的问卷”

(3) 第一次使用问卷星,可在“我的问卷”页面单击“设计新问卷”按钮进入设计问卷步骤,如图 7-4 所示。问卷星提供了几种设计问卷的增值服务,如使用现成的模版设计问卷、文本设计问卷、用户自行创建空白的问卷、付费由问卷星帮助设计问卷。



图 7-4 设计问卷

(4) 这里选择“创建空白问卷”,进入“设置问卷基本信息”。填写“问卷名称”及“问卷说明”,选择相关的基本设置,如图 7-5 所示。

设置问卷基本信息 (问卷发布后可以修改) 跳过此步

问卷名称: 茶信网商务策划调查问卷 (消费者篇)

问卷说明:

尊敬的(女士/先生)您好!

感谢您的大力支持! 本问卷准备对茶产品及相关信息做一个商务策划 (www.teaxin.com茶信网)调查。旨在通过了解相关茶企、茶农、消费者的相关情况,为我们提供相应的决策帮助。

您的回答将严格保密,请您放心填写。感谢您的配合!

主题: ☐ 无 ☐  ☐  ☐  ☐  ☐  ☐ 

语言: ☒ 简体中文 ☐ 英文 ☐ 繁体中文

截止日期: 小时: 0点 (日期为空表示永不结束;不为空表示指定日期结束)

分类: 市场调查 互联网

问卷公开级别: ☒ 公开 ☐ 不公开 (只有您邀请的用户才能看到此问卷,适合内部调查等)

问卷密码保护: ☒ 不使用 ☐ 使用

结果公开级别: 统计信息: ☐ 不公开 ☒ 公开 详细信息: ☐ 不公开 ☐ 公开

» 下一步

图 7-5 设置问卷基本信息

(5) 单击“下一步”按钮,出现如图 7-6 所示添加问卷题目。单击“立即添加”超链接,单击最下面的黄色提示“从现有问卷的文本或 Word 文档重新生成此问卷”,如图 7-7 所示。

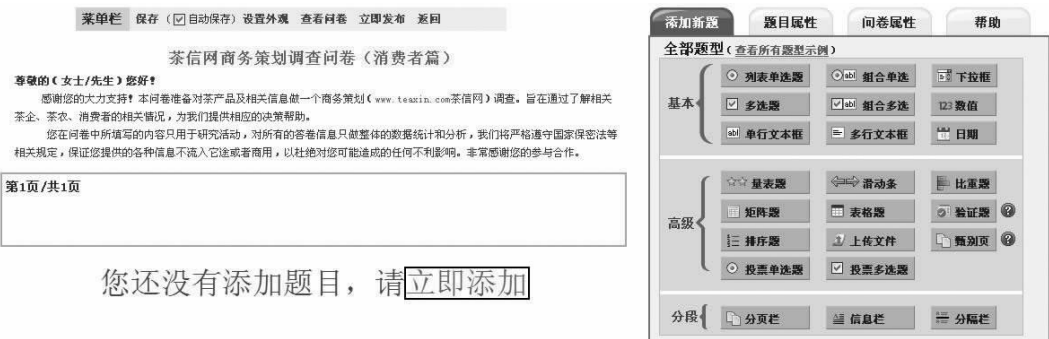


图 7-6 添加问卷题目



图 7-7 添加 Word 文档题目

(6) 将预期准备好的问卷题目复制到图 7-8 所示的编辑框中,最后输入验证码后单击“生成问卷”按钮,即完成问卷设计。此时,问卷星系统提示“生成问卷成功”,如图 7-9 所示,可选择“预览生成的问卷”、“开始编辑问卷”、“重新调整文本问卷格式”。



图 7-8 生成问卷



图 7-9 成功生成问卷

三、发送问卷

问卷设计好后, 预览生成的问卷, 如图 7-10 所示, 单击黄色框显示的“立即发布”超链接就将问卷发送到网络上了。

登录图 7-3 所示的“我的问卷”也可以发送设计好的问卷, 选中生成成功的问卷, 如图 7-11 所示。

单击“发送问卷”按钮, 打开图 7-12 所示的页面。发送问卷的渠道很多, 有如前面“背景知识”中介绍的网络访谈、E-mail 问卷, 还有嵌入 Iframe、嵌入 Flash、弹出窗口、申请推荐等。

- 网络访谈: 通过 QQ、MSN、博客、论坛发送给浏览者。
- E-mail 问卷: 通过直接输入邮件地址、从联系人中添加、上传通讯簿主动发送给浏览者。
- 嵌入 Iframe: 可以将问卷嵌入其他网站。
- 嵌入 Flash: 可以将问卷嵌入任何支持 Flash 的网页。
- 弹出窗口: 通过弹出式窗口的推广方式发送给浏览者。
- 申请推荐: 通过设置积分奖励的方法回收问卷。

问卷界面设置: 问卷外观 问卷显示设置

关闭

请输入您的标题

发布者: 茶信网 10-07-13 有效答卷: 0份 评论: 0条

此问卷处于草稿状态, 暂时不能填写!

立即发布

关闭

0%

1、您的性别: *

☐ A. 男

☐ B. 女

2、您的年龄: *

☐ A. 20岁以下

☐ B. 21-25岁

☐ C. 26-35岁

☐ D. 36-45岁

☐ E. 46岁以上

3、您的职业: *

☐ A. 公务员

☐ B. 企、事业人员

☐ C. 教育业

☐ D. 商业服务业

☐ E. 自由职业

☐ F. 其他

4、您的月收入: *

☐ A. 1500元以内

☐ B. 1500-3000元

☐ C. 3000-5000元

☐ D. 5000元以上

5、您是否有过网络购物的经历: *

☐ A. 有

☐ B. 无 (请注明没有购物的最主要原因)

图 7-10 预览问卷

teaxin.com茶信网商务策划调查问卷 (消费者篇)

ID:258317

2010-5-14 答卷: 201 类型: 测评 状态: 发布 公开 ☒ 答卷提醒: 每天

管理此问卷

设计问卷

发送问卷

查看答卷

测评报告

管理评论

停止

复制

删除

计费

图 7-11 选择问卷

问卷星

专业的问卷调查网站 [首页]

欢迎 茶信网 (个人版 升级)

我的问卷 用户信息 公开问卷 帮助文档

当前问卷: teaxin.com茶信网商务策划调查问卷 (消费者篇) (ID:258317) 查看问卷

设计新问卷

管理此问卷

1 设计问卷

2 发送问卷

3 查看答卷

4 统计分析

查看问卷链接的帮助

问卷链接

邀请邮件

嵌入Iframe

嵌入Flash

申请推荐

弹出窗口

邀请回填

自定义来源

问卷ID: 258317, 问卷链接: http://www.sojump.com/jq/258317.aspx

可以通过以下方式发送您的问卷:

粘贴到QQ: http://www.sojump.com/jq/258317.aspx?source=qq

复制

启动QQ

请注意: 如果您发送的频率太快可能会导致QQ被迫下线, 建议您一次不要向超过10个联系人或者群发送问卷链接, 或者采用不发送链接的形式 (请查看页面底部的说明)。

转贴到: 微博 人人网 豆瓣

粘贴到MSN: http://www.sojump.com/jq/258317.aspx?source=msn

复制

粘贴到Email: http://www.sojump.com/jq/258317.aspx?source=email

复制

启动Outlook等

粘贴到博客、论坛: http://www.sojump.com/jq/258317.aspx

复制

说明: 如果要向问卷发布到不能使用链接的场合 (例如某些论坛或者贴吧等), 可以直接公布此问卷ID (258317), 并告知受访者打开“问卷星”首页后在右上角搜索框中输入问卷ID点击“搜索问卷”即可直接进入您的问卷页面。

图 7-12 发送问卷

四、查看问卷

问卷发送出去后,等待浏览者的回复,如果需要查看问卷回复的情况,可以使用问卷星网站提供的问卷查看功能:单题统计、查看报告、查看答卷详情、下载答卷。

- 单题统计:以表格、饼状图、柱状图等方式查看每道题的统计数据。
- 查看报告:可指定查询条件进行查找。
- 查看答卷详情:可查看单份答卷详细内容,并可以标记答卷有效或者无效、是否已处理。
- 下载答卷:可下载所有答卷数据,并导出 Word 格式或 Excel 格式,方便统计分析软件进行数据分析处理。

查看问卷回复的情况,先登录“我的问卷”,选择“查看问卷”,如图 7-13 所示。



图 7-13 查看问卷

五、问卷信息的加工、整理、分析和运用

在问卷调查结束后,需对所有问卷信息进行加工整理、分析运用,具体操作为:登录问卷星,进入“管理问卷”,选择“4 统计分析”,出现图 7-14 所示的页面。该统计分析的功能包括数据分析与报告、答卷来源分析、完成率分析等。

- 数据分析与报告:具体包括按单题每个选项的分类统计、按超过 2 个题之间自变量与因变量之间的交叉分析、形成总体调查报告并提供 Word 格式的下载。

- 答卷来源分析:对发送问卷的不同渠道来源进行数量与百分比分析。
- 完成率分析:提供不同来源渠道的完成率、不同时间段的完成率、不同地理位置的完成率,并以表格、柱状图、折线图、饼状图等直观的图表显示。



图 7-14 问卷统计分析

注意事项

在开展网上市场调查过程中,用户需注意以下两个方面。

1. 明确不同网上市场调查主题的主要内容

网上市场调查的主题以消费者市场调查和企业产品使用市场调查为主。

对消费者市场的调查,主要包括网民基本情况调查,如网民的性别、年龄、专业、学历、爱好、婚姻状况、职业等;网络用户的地域调查,如特大城市、一级城市、二级城市等;网络用户的收入调查,如收入、消费习惯以及网上浏览的习惯等。

对企业产品使用市场的调查,主要包括网络浏览者对企业的了解情况,网络浏览者对企业产品的款式、性能、质量、价格等的满意程度,网络浏览者对企业的售后服务的满意程度,网络浏览者对企业产品的意见和建议。

2. 设计问卷时的注意事项

- (1) 采取适当的策略来识别和了解消费者,最简单的办法就是设计选择题。
- (2) 发送适当的信息给浏览者,促使他们对企业感兴趣。
- (3) 提供物质奖励和非物质奖励,如在发送问卷时选择“申请推荐”,尽可能地吸引网民参与调查。
- (4) 使用合适的电子邮件开头(开头应包含调查者及调查目的、奖励及调研指导)。
- (5) 尽可能以多种调研方式相结合的方法进行市场调查,对问卷结果选择合适的抽样方法。

实训二

网络广告发布



背景知识

一、网络广告的概念

网络营销跟传统营销一样,在占有市场、产品宣传等方面离不开广告。本实训先介绍网络广告基础知识,然后主要以百度的“百度推广”为例,介绍如何在互联网上挖掘广告商机、如何进行网络广告发布。

网络广告是指以数字代码为载体,采用多媒体技术设计制作,通过互联网广泛传播发布,具有良好交互功能的广告形式。简单地说,网络广告是指广告主利用一些受众密集或有特征的网站摆放商业信息,并设置链接到某目的网页的过程。

绝大多数的网页中都有各种各样的图标,有的是静态的,更多的是动态的文字或图片。有的位置是固定的,几种图标像放电影似的交替显现;有的是漂移的,没有确定的位置。这些图标有各种形状,设计和制作都很精致,色彩鲜亮,富有强烈的视觉吸引力,常常会诱使浏览者单击。当浏览者有意或无意地单击后,这些图标会引导浏览者去浏览一个新的网页。此时,设置图标就达到了宣传网址和广告信息的目的。

二、网络广告的主要形式

1. 网幅广告

网幅广告是以 GIF、JPG、Flash 等格式建立的图像文件,定位在网页中,大多用来表现广告内容,同时还可以使用 Java 等语言使其产生交互性,用 Shockwaver 等插件工具增强表现力。网幅广告的表现形式包括旗帜广告、按钮广告等。

旗帜广告是最常见的网络广告形式,其宽度一般在 400~600 像素,高度在 80~100 像素,以 GIF、JPG 和 SWF 等格式建立图像文件,放置在网页中,如图 7-15 所示。



图 7-15 旗帜广告

按钮广告尺寸偏小,表现手法比较简单,多以方形按钮为主。常用的尺寸大小有四种:125 像素×125 像素、120 像素×90 像素、120 像素×60 像素、88 像素×31 像素。

2. 文本链接广告

文本链接广告是以一排文字作为一个广告,一般放置在网页显眼的地方,长度通常为

10~20 个中文字符,内容多为一些吸引人的标题,单击后可进入相应的广告页面。这是一种对浏览者干扰最少,但却较为有效的网络广告形式。

3. 电子邮件广告

电子邮件广告具有针对性强、费用低廉的特点,且广告内容不受限制。它可以针对具体某一个人发送特定的广告,为其他网络广告方式所不及。

4. 弹出式广告

弹出式广告是指当浏览网页时,网页会自动弹出一个很小的对话框显示广告内容,吸引浏览者,如图 7-16 所示。这种方式的广告缺点是很容易被目前的一些拦截工具屏蔽。

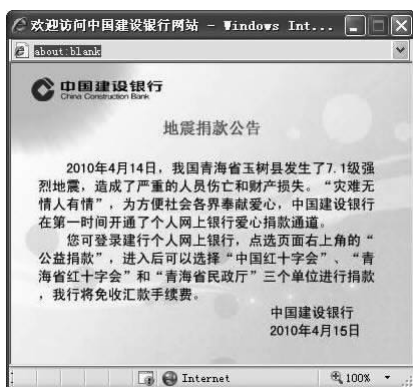


图 7-16 弹出式广告

5. 插播式广告

浏览者在请求登录网页时强制插入一个广告页面或弹出广告窗口。它们有点类似电视广告,都是打断正常节目播放,强迫观看。插播式广告有各种尺寸,有全屏的也有小窗口的,而且互动的程度也不同,从静态的到全部动态的都有。浏览者可以通过关闭窗口不看广告,但它们的出现没有任何提示。

网络技术日新月异促使其他新型广告的产生,如视频广告、路演广告、巨幅连播广告、翻页广告、祝贺广告等。

三、网络广告发布的常用方法

网络广告发布的常用方法有以下几种。

1. 搜索引擎注册

根据网上市场调查显示,网民寻找新网站主要是通过搜索引擎来实现的,因此在著名的搜索引擎上注册是非常必要的,而且在搜索引擎上注册一般都是免费的。

2. 建立链接

与不同站点建立链接,可以缩短网页间的距离,提高站点的访问率。一般建立链接有三种方式。

(1) 申请行业站点链接。如果站点属于某些商务组织,而这些组织建有会员站点,应及

时向这些会员站点申请一个链接。

(2) 申请交互链接。寻找具有互补性的站点,并向它们提出进行交互链接的要求(尤其是要链接到站点的免费服务),建立一个通向其他站点链接的单独页面。

(3) 申请商务站点链接。特别是当站点提供免费服务时,可以向网络上的许多小型商务链接站点申请链接。只要站点能提供免费的东西,就可以吸引许多站点来建立链接。总之,寻找链接伙伴时,可通过搜索寻找可能为站点提供链接的地方,然后向该站点的所有者或主管发送电子邮件,告诉对方可以链接的站点名称、URL 以及 200 字的简短描述。

3. 发送电子邮件

电子邮件的发送费用非常低,许多网站都利用电子邮件来宣传站点。利用电子邮件来宣传站点时,首要任务是收集电子邮件地址。为防止发送一些令人反感的电子邮件,收集电子邮件地址时要非常注意。一般可以利用站点的反馈功能记录愿意接受电子邮件的用户的电子邮件地址。另外一种方式,可以通过租用一些愿意接受电子邮件信息的通信列表,这些通信列表一般是由一些提供免费服务的公司收集的。

4. 发布新闻

及时掌握具有新闻性的事件(如新业务的开通),并定期把这些新闻发送到行业站点和印刷品媒介上。将站点在公告栏和新闻组上加以推广。互联网使具有相同专业兴趣的网民组成成千上万的具有很强针对性的公告栏和新闻组,加入这些公告栏和新闻组讨论,让邮件末尾的“签名档”发挥站点推广的作用。

5. 提供免费服务

提供免费资源,在时间和精力上的代价都是昂贵的,但在增加站点流量上可以得到回报。应当注意,所提供的免费服务应是与所销售的产品密切相关的,这样所吸引来的访问者同时也可以成为良好的业务对象。也可以在网上开展有奖竞赛或者摸奖活动,以此产生较大的访问流量。

6. 加入网络广告联盟

通过加盟不同的站点,在不同站点交换显示广告,起到相互促进的作用,或者在适当的站点上购买广告栏发布网络广告。

四、百度推广的概况

百度推广是一种比较常用的网络广告方式。下面介绍百度推广的一些概况。

百度是世界最大的中文网站,覆盖了 100 多个国家和 95% 的中国网民,为数十万家企业带来了大量商机,覆盖各行各业、各个地区,每天响应数亿自助搜索请求。这是任何其他推广方式都不具备的优势,推广覆盖的客户面很广。

传统媒体推广费用很高,门槛也很高,对于中小企业而言,一次投入这么多,风险也很大。而百度推广的客户一次投入几千元,关键字的单击费用最低 0.1 元起,适合更多的中小企业开展有效的推广。相对于传统媒体的推广方式,利用网络搜索引擎进行百度推广,企业只需用少量的投入就可以带来大量的潜在客户,有效提升企业销售额和品牌知名度。

百度推广按效果付费,即按照给企业带来的潜在客户的访问数量计费,只有搜索用户对

推广信息产生兴趣并主动单击了解详细信息才收取推广费用。通过百度推广,可以把意向客户引导到企业网站,将企业的推广费用投入高意向潜在客户身上,针对性强,而且是客户主动找上门,效果更好。

总之,百度推广按效果付费的推广模式,给网络商务营销带来全新的推广体验,针对性更强,可以灵活控制投放策略,达到更好的推广效果,是网络广告推广的首选服务。



实训目的及要求

- (1) 了解常用的网络广告形式,掌握在网站上发布广告的方法。
- (2) 熟练通过百度搜索找到商务信息,并能够在百度发布企业的网站推广。



实训内容与步骤

一、浏览者在百度搜索、推广商务信息

浏览者要从茫茫网络信息中找到有价值的商务信息,并不是件容易的事,利用百度搜索引擎,这件事就变得简单而且准确了。其主要步骤有搜索、推广、单击。

1. 搜索

百度搜索简单方便,在 IE 浏览器地址栏中输入百度搜索网址 [http://www. baidu. com](http://www.baidu.com),然后在百度搜索输入自己关注的商务信息关键字,按 Enter 键,或单击搜索框右侧的“百度一下”按钮,如图 7-17 所示,就可以得到符合查询需求的网页内容。

提示:关键字的选择有一定的技巧,为了更精确地搜索到结果可输入多个关键字,不同字之间用一个空格隔开;尽可能使用书面名词,避免使用句子或修饰词。



图 7-17 输入搜索关键字

2. 推广

企业的推广信息展现在关键字对应的搜索结果页,如图 7-18 所示。在数以亿计的搜索结果中,它们出现的顺序有先后。这种先后排序是由人工和程序决定的,人工因素主要指企业投入的广告费用多少,如前面“背景知识”中提到的按效果付费标准进行排序;程序因素由

算法程序控制,如按照搜索关键字在数据库文档中的重要性、重复次数、分布情况以及位置等变量来计分得出排列顺序。

付费排序的结果和程序排序的结果最大的区别在于,付费网页结果后面有“推广”的字样,而程序排序的网页结果则没有。另外,百度右侧也是为付费网站提供的广告位,但不属于搜索结果。

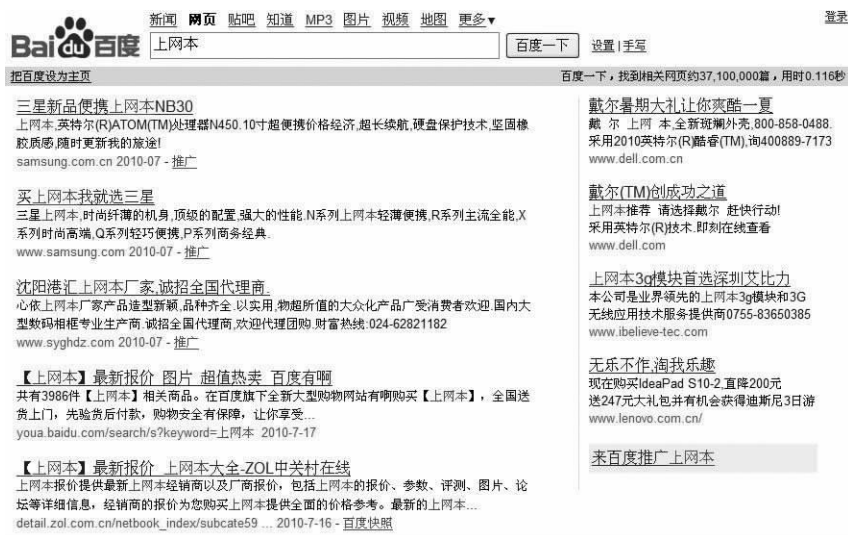


图 7-18 显示推广商务信息

3. 单击

浏览者单击推广信息进入企业网站,如图 7-19 所示,可进一步详细了解自己所关注的商务信息,企业网站上一般会提供企业的基本信息,通过沟通了解,最终双方达成交易。



图 7-19 进入企业网站

二、企业自助开通百度推广

企业开通百度推广主要有三个步骤：注册账户、缴纳费用、添加关键字，如图 7-20 所示。



图 7-20 在线申请百度推广

1. 注册账户

首先输入网址 <http://e.baidu.com> 进入百度推广首页，单击导航条中的“在线申请”进入百度推广管理系统，注册成为百度推广账户。注册信息中需提供准确详细的企业网站地址，方便浏览者通过输入关键字搜索，从而打开企业网站链接。

2. 缴纳费用

成功注册成为百度推广账户后，百度专业顾问会审核提交的相关资质证明，提供网络营销咨询服务，最后双方签订服务合同，缴纳推广费用。

3. 添加关键字

企业在百度推广用户管理系统中添加关键字，撰写网页标题及描述等信息。需要提醒的是，关键字的确定并非一件轻而易举的事，要考虑诸多因素，如关键字必须与企业网站内容有关、词语间如何组合排列、是否符合搜索工具的要求、尽量避免采用热门关键词等。

要仔细揣摩潜在客户的心理，绞尽脑汁设想他们在查询与企业网站有关的信息时最可能使用的关键字，并全部记录下来。不必担心列出的关键字会太多，相反找到的关键字越多，用户覆盖面越大，也就越有可能从中选出最佳的关键字。



注意事项

网络广告效果的好坏不仅仅是点击率的问题,更关键的是谁来单击。网络广告应该放在那些目标客户喜欢访问、经常出没的专业型的网站中。找到相关的网站,最简单的方法是在搜索引擎中输入与网站相关的关键词,搜索结果会将这些相关站点全都排列出来。

网络广告不是给大众看的,而是给企业网站的目标客户看的。网络广告在广而告之的同时,更应该起到一种过滤作用,从众多访问者中分选出目标客户,这样的网络广告效果才好。

实训三

搜索引擎营销及搜索引擎优化



背景知识

一、搜索引擎概念的产生

互联网发展早期,以雅虎为代表的网站分类目录查询非常流行。网站分类目录由人工整理维护,精选互联网上的优秀网站,并简要描述,分类放置到不同目录下。用户查询时,通过一层层的单击来查找最想找的网站。也有人把这种基于目录的检索服务网站称为搜索引擎,但从严格意义上来说,它并不是搜索引擎。

真正意义上的搜索引擎,通常是指收集了互联网上几千万到几十亿个网页,并对网页中的每个文字(即关键字词)进行索引,建立索引数据库的全文搜索引擎。当用户查找某个关键词时,所有页面内容中包括了该关键词的页面都将作为搜索结果被搜索出来。在经过复杂的算法进行排序后,这些结果将按照与搜索关键词的相关度高低,依次排序。

搜索引擎是在互联网中主动搜索信息并将其自动做出索引的网站,其索引内容存储于可供检索的大型数据库中。从某种意义上来说,搜索引擎是指根据一定的策略、运营特点的计算机程序搜集互联网上的信息,在对信息进行组织和处理后,为用户提供检索服务的系统。它在网站与用户之间建立了一座迅速沟通的平台,为用户提供在互联网海量信息中快速查询的功能。

互联网上的信息资源非常丰富,是一个取之不尽、用之不竭的信息海洋,如何在这个海洋中找到所需要的信息,犹如“海底捞针”。随着网络搜索技术的发展,涌现出多种搜索引擎,如国内的百度(<http://www.baidu.com>)、雅虎(<http://cn.yahoo.com>)、搜狐(<http://www.sohu.com>),国外的谷歌(<http://www.google.com.hk>)、EXCITE(<http://www.excite.com>),这些搜索引擎为“海底捞针”提供了有利的工具。

二、搜索引擎的原理

搜索引擎就像是互联网世界中的一幅信息地图,供用户随时查阅。从表面功能来看,搜

索引引擎仍然是信息传播的一个“门户”：用户通过索引引擎获取信息，信息通过索引引擎传递。和新浪、搜狐这样的门户网站的信息传播不同，索引引擎自身并不生产“信息内容”，它利用称为网络蜘蛛(spider)的自动搜索机器人程序来连结每一个网页上的超链接，然后将这些连结关系按书目“索引”的方式存储在超大型数据库中，但不存储信息内容。网络蜘蛛的自动搜索机器人程序是索引引擎目前使用的技术，这项技术还在不断地改进，以便让用户搜索信息更快速、准确性更高。

索引引擎运行的三大工作原理如下。

(1) 搜集信息。索引引擎的信息搜集基本都是自动的。索引引擎利用网络蜘蛛的自动搜索机器人程序来连结每一个网页上的超链接。机器人程序根据网页链到其他的超链接，就像日常生活中所说的“一传十，十传百”一样，从少数几个网页开始，连到数据库上所有其他网页的链接。理论上，若网页上有适当的超链接，机器人便可以连到绝大部分网页。

(2) 整理信息。索引引擎整理信息的过程被称为“建立索引”。索引引擎不仅要保存搜集起来的信息，还要将它们按照一定的规则进行编排。这样，索引引擎不用重新翻查所有保存的信息就能迅速找到所要的资料。

(3) 接受查询。用户输入关键词向索引引擎发出查询，索引引擎接受查询并向用户返回信息。索引引擎每时每刻都要接到来自大量用户发出的查询。它按照每个用户的要求检查自己的索引，在极短时间内找到用户需要的信息，并返回给用户。目前，索引引擎返回的结果主要是以网页链接的形式提供的。通过这些链接，用户便能到达含有自己所需资料的网页。通常，索引引擎会在这些链接下提供一小段来自这些网页的摘要信息，帮助用户判断此网页是否含有自己需要的内容。

三、索引引擎的应用

随着互联网的飞速发展，面对巨大而又不断变化的信息库，如何快速准确地找到自己想要的信息已经变得越来越重要，索引引擎提供了解决这一问题的办法。索引引擎以一定的策略在互联网中搜集、发现信息，对信息进行理解、提取、组织和处理，并为用户提供检索服务，从而起到信息导航的作用。

索引引擎提供的导航服务已经成为互联网非常重要的网络服务之一。它也是网络营销的常用工具之一，广泛运用于网站推广、产品推广、在线调研等多个方面，以索引引擎为基础的网络营销方法在基础网络营销中占有重要的地位。

因此，了解索引引擎是学习网络营销必不可少的基础知识。从用户的角度看，索引引擎提供一个包括搜索框的页面，在搜索框输入词语，通过浏览器提交给索引引擎后，索引引擎返回与用户输入的内容相关的信息列表。从网络营销的角度来看，索引引擎是一种向潜在用户传递网络营销信息的工具，由于这种工具本身所具有的特殊性，为了让索引引擎更好地发挥作用，需要对索引引擎的基本原理及其在传递信息方面的特点有一定的了解。

四、索引引擎营销

索引引擎营销(search engine marketing, SEM)是全面而有效的利用索引引擎来进行网

络营销和推广。SEM 追求最高的性价比,以最小的投入,获得来自搜索引擎的最大访问量,并产生商业价值。

全球最大搜索引擎 Google 每天在其引擎的搜索量达到惊人的 2 亿人次,并且还在随着互联网的发展而壮大。自从 2004 年开始作为网络营销的一种新的形式进入中国,SEM 也被越来越多的制造商、代理经销商所采用,并成为一种重要的对外营销手段。调查表明,SEM 可以在搜索引擎中进行品牌的维护,将品牌的负面信息尽可能少地呈现在搜索用户面前,可以预防竞争对手在网络上恶意的诬陷,同时,可以进行正面形象和商业信息的推广,进而达到品牌推广的目标。目前,SEM 正处于发展阶段,它将成为今后专业网站乃至电子商务发展的必经之路。

实训二中简单提到了 SEM 的一项服务:竞价排名。顾名思义就是网站付费后才能被搜索引擎收录,付费越高者排名越靠前;竞价排名服务是由客户为自己的网页购买关键字排名,按点击计费的一种服务。客户可以通过调整每次单击付费价格,控制自己在特定关键字搜索结果中的排名,也可以通过设定不同的关键词捕捉到不同类型的目标访问者。

现在国内最流行的单击付费搜索引擎有百度、雅虎和 Google。值得一提的是,即使是做了按照点击付费的广告和竞价排名,也应该对网站进行搜索引擎优化设计,并将网站登录到各大免费的搜索引擎中。

五、搜索引擎优化

搜索引擎优化(search engine optimization,SEO)是通过在网站优化设计,使得网站在搜索结果中靠前,是近年来较为流行的搜索引擎营销方式。

SEO 的主要工作是通过了解各类搜索引擎如何抓取互联网页面、如何进行索引以及如何确定其对某一特定关键字的搜索结果排名等技术,对网页进行相关的优化,使其提高搜索引擎排名,从而提高网站访问量,最终提升网站的销售能力或宣传能力。搜索引擎优化包括网站内容优化、关键字优化、外部链接优化、内部链接优化、代码优化、图片优化等。

从更深层次的意义看,SEO 是一种搜索引擎营销指导思想,而不仅仅是针对搜索引擎的排名情况的干预。SEO 工作应该贯穿网站策划、建设、维护全过程的每个细节,值得网站设计、开发和推广的每个参与人员了解其职责对于 SEO 效果的意义。SEO 也是一种极为重要的宣传技巧,并非是为了单纯的引擎优化,往往也可以作用于 B2C 销售,例如,京东商城、淘宝、拍拍、有啊,或者是热门的新闻消息传播,还有近几年流行的“打酱油”、“躲猫猫”、“犀利哥”都隐含了 SEO 的身影。

六、SEM 和 SEO 的区别

SEO 属于 SEM 的一部分,SEM 包含了 SEO。SEO 和 SEM 最主要的不同是最终目标:SEO 主要是为了关键字的排名、网站的流量、网站的结构、搜索引擎中页面收录的数据;SEM 是通过 SEO 技术扩展为搜索引擎中所带来的商业价值,策划有效的网络营销方案,包括一系列的网站运营策略分析,并有效实施,对营销效果进行检测。



实训目的及要求

- (1) 了解搜索引擎的工作原理,掌握利用搜索引擎进行网站营销的方法及优化手段。
- (2) 了解 SEM 与 SEO 的概念理论,掌握利用 Google 大全了解网站搜索推广的相关数据和信息,以及优化搜索引擎效果的技巧方法。



实训内容与步骤

在实训二“网络广告发布”中介绍了百度推广的申请、注册、推广步骤,这是国内搜索引擎营销的一种主流模式,搜狗推广服务的模式也属此类。本实训介绍的是国外 Google 搜索引擎营销的模式。其有别于国内的模式,最主要的区别在于:首先,Google 提供了网站推广整个过程的管理控制,突出用户使用效果的反馈,体现了“以客户为中心”的管理理念;其次,Google 网站推广专区的界面更友好,信息更全面。

一、将网站加入 Google 搜索引擎

- (1) 在 IE 浏览器地址栏中输入 `www.google.com.hk` 进入 Google 网站,如图 7-21 所示,单击 Google 首页下方的“Google 大全”。



图 7-21 Google 首页

- (2) 进入如图 7-22 所示的页面。该页面很清晰地给出了 Google 的产品介绍、Google 公司的介绍和网站管理员专区。网站管理员专区是专门为广告客户提供的。广告是 Google

公司最主要的收入来源之一,另一个收入来源是搜索引擎。因此 Google 在这两方面做得很出色,也从侧面体现出 Google“以客户为中心”的公司理念。



图 7-22 Google 大全

(3) 在网站管理员专区单击“提交网站”超链接,进入提交网站页面,如图 7-23 所示。“将您的网址添加到 Google 索引中”和“Google 网站管理员工具”是广告客户主要关心的内容,Google 把它们放在了最前面。



图 7-23 提交网站到 Google 索引

(4) 单击“将您的网址添加到 Google 索引中”,进入图 7-24 所示页面,按提示分别填入网址,还可以添加评论或关键字,对网页的内容进行描述,最后单击“添加网址”按钮即可。

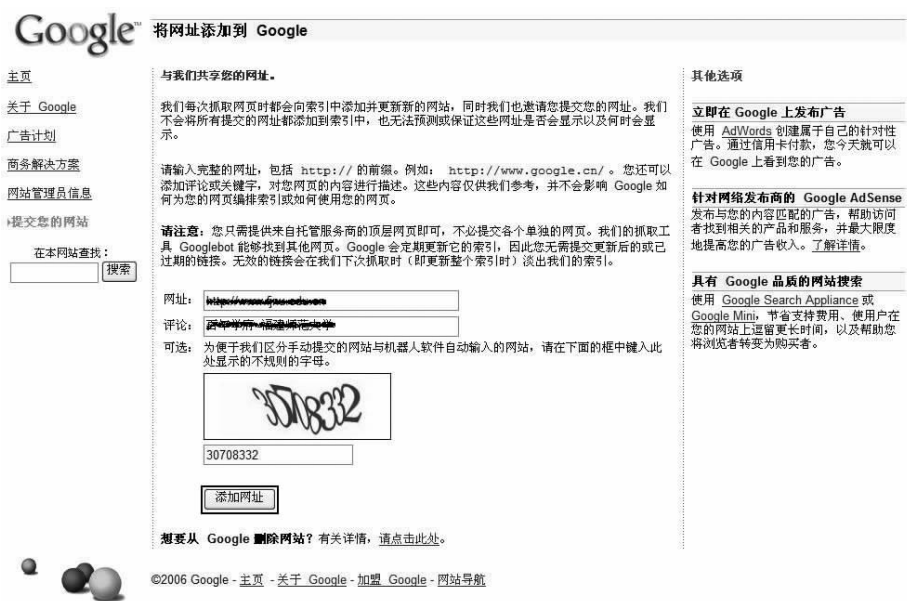


图 7-24 将网址添加到 Google

二、利用网站管理员工具优化搜索结果

成功添加网址后,Google 的蜘蛛(spider)程序会自动定期抓取网址信息,并加入 Google 索引中。此时,用户可以通过“Google 网站管理工具”查看 Google 如何抓取网站编入索引并发现问题,还可以查找网站链接的流量,使用链接报告工具查看、分类并下载有关网站的内部和外部链接的全面数据,了解有哪些 Google 搜索查询吸引网民访问网站。总之,网站管理员工具可以帮助广告客户提高网站在 Google 搜索结果中的展示率。

(1) 在图 7-22 所示的 Google 大全页面单击“网站管理员中心”超链接,进入网站管理员页面,如图 7-25 所示。



图 7-25 Google 网站管理工具页面

(2) 在网站管理员工具页面右侧登录 Google 账户,使用 Google 的邮箱也能登录成功,如果两者都没有,就需要创建一个账户,创建账户入口在登录区域的下方。登录成功后,即可管理网站了,但之前需对添加的网站进行所有权验证,如图 7-26 所示。只有通过验证的网站,才能说明该账户确实是网站拥有者,保证了网站的真实有效性。



图 7-26 网站所有权验证

(3) 为了让网站更好地被搜索引擎抓取到,更好地被浏览者搜索到,用户需要对网页的源代码做些改进。打开网站的首页,在 IE 浏览器中执行“查看”→“源文件”命令,打开显示网页源代码的记事本,找到如下代码格式(下面为某网页的源代码)。

```
<title>福建农业网 服务三农,建设海西新农村——农村商务信息服务建设</title>
```

```
<meta name="keywords" content="福建农业网,…………,闽台农业,海西建设.">
```

```
<meta name="description" content="服务三农,…………电子商务">
```

以上代码是所有网页都遵循的 HTML(文本标记语言)。

<title>…</title>表示网页显示在浏览器标题栏上的内容,需要准确概括网页的主题,方便浏览者保存网页名称。

name="keywords"表示关键字。搜索引擎就是根据这些关键字与浏览者输入的关键字相似程度进行匹配的,符合条件的就显示在搜索结果中,因此用户需要对网站的关键字尽可能选择网民使用率高的关键字,宜多不宜少。关键字内容写入 content 后面的引号内。

name="description"表示网页的描述信息,它是除了<title>…</title>中的内容外,另一个更详细介绍网页的信息,所以需要对 description 的内容进行精辟的概括,因为显示在搜索结果中这些信息是有字数限制的。描述信息内容写入 content 后面的引号内。

将源文件改进后,再刷新网页,只能看到<title>的内容发生改变;而在搜索引擎结果中会显示 description 修改过的内容;唯独 keywords 的修改内容看不到,它的修改只作用于搜索引擎的 spider 搜索程序,所以是看不到的,只有使用了相似程度的关键字才会发现它的改变。



注意事项

如何更好地利用搜索引擎进行网络营销需注意以下几个方面。

1. 不断地寻找关键字

根据网站的内容与主题,试着将能够想到的关键字都写下来,并不断地在不同的搜索引擎上进行检索,以找出最适合网站的关键字。如果只给出一个关键字进行搜索,那么将发现数以千计甚至以百万计的匹配网页。然而如果再加上一个关键字,那么搜索结果会更加精确。这就提醒了浏览者在搜索相关商务信息时,如果给出多个关键字,并将它们用 AND(与逻辑)结合起来,或者在每个关键字前面加上加号,这种与逻辑技术大大缩小了命中范围,从而加快了搜索。

2. 在不同搜索引擎进行网站推广

互联网虽然只有一个,但各搜索引擎的能力和偏好不同,所抓取的网页各不相同,排序算法也各不相同。不同搜索引擎之间的网页数据重叠率一般在 70% 以下。企业使用不同搜索引擎进行网站推广的重要原因,就是让浏览者在使用不同搜索引擎时同样能检索到企业的网站。

3. 在网页内容上优化网站

一个对搜索引擎友好的网站,应该方便搜索引擎检索信息,并且返回的检索信息让用户看起来是有吸引力的,这样才能达到搜索引擎营销的目的。为了说明什么样的网站对搜索引擎友好,下面列举搜索引擎不友好的网站的一些特征。

- 网页中大量采用图片或者 Flash 等形式,没有可以检索的文本信息。
- 网页没有<title>标题,或者标题中没有包含有效的关键字。
- 网页正文中有效关键字很少。
- 网站导航系统让搜索引擎“看不懂”,如网站中含有许多错误的超链接。
- 大量动态网页让搜索引擎无法检索。
- 没有被其他已经被搜索引擎收录的网站提供的超链接。
- 网站中充斥大量欺骗搜索引擎的垃圾信息,如“过渡页”、“桥页”、颜色与背景色相同的文字等。

我们在网站设计方面应当注意以上不友好网站的特征。

实训项目

(1) 上网查找其他提供网上市场调查服务的网站,并在上面提交问卷进行某产品的市场网上调查,最后形成调查报告。

(2) 在一比多(<http://www.ebdoor.com/>)网络营销平台上发布一条商业广告,宣传星网锐捷的经营范围和一些经营策略。

(3) 登录搜狗服务界面(<http://fuwu.sogou.com/>),在搜狗搜索引擎中注册一个网站,了解搜狗推广服务的申请过程,以及如何发布推广信息,了解推广费用情况以及如何付费,并完成实训报告。