

杨涛

# 网络营销孙子兵法

## 全球首家用孙子兵法解析网络营销

《孙子兵法》作为国内外享有盛名的兵法，不仅用在军事上，而且用在管理上，笔者杨涛从事网络营销推广和培训十年，把自己多年经验结合《孙子兵法》原著十三篇，一起来与大家交流网络营销中的《孙子兵法》。

作者：杨涛

个人博客：<http://blog.putui.com>



# 网络营销孙子兵法

## 目录

网络营销孙子兵法.....	2
《网络营销孙子兵法》计篇.....	5
一、网络营销胜负的因素.....	5
二、在网络营销中的策略.....	5
《网络营销孙子兵法》作战篇.....	6
一、网络营销不能拖.....	6
二、网络营销本地化.....	6
三、网络营销的激励.....	6
四、网络营销对手资源.....	6
五、网络营销的收益.....	6
《网络营销孙子兵法》谋攻篇.....	7
一、网络营销不能硬拼.....	7
二、不进行网络营销而让对方的屈服.....	7
三、要用网络营销谋略争胜.....	7
四、公司主管与网络营销人员亲合.....	7
五、知道己方和对方的网络营销实力.....	7
《网络营销孙子兵法》形篇.....	8
一、网络营销立于不败之地.....	8
二、网络营销创造取胜的条件.....	8
三、网络营销靠炒作是无法争胜的.....	8
四、网络营销胜败的衡量.....	8
《网络营销孙子兵法》势篇.....	9
一、网络营销的管理.....	9

二、网络营销正面对决以奇取胜 .....	9
三、网络营销的势 .....	9
四、网络营销的真实意图 .....	9
《网络营销孙子兵法》虚实篇 .....	10
一、网络营销抢占时机 .....	10
二、网络营销善攻善守 .....	10
三、网络营销专一集中 .....	10
四、网络营销避实击虚 .....	10
《网络营销孙子兵法》军争篇 .....	11
一、网络营销要以迂为直 .....	11
二、网络营销前要作好调查 .....	11
三、网络营销以利调动用户 .....	11
四、网络营销要统一行动 .....	11
《网络营销孙子兵法》九变篇 .....	12
一、网络营销要有自控权 .....	12
二、网络营销要有备无患 .....	12
三、网络营销要随机而动 .....	12
四、网络营销负责人弱点 .....	13
《网络营销孙子兵法》行军篇 .....	13
一、网络营销要注意细节 .....	13
二、网络营销要硬软结合 .....	13
三、网络营销手段不在多 .....	13
四、网络营销要善于透过现象看到本质 .....	14
《网络营销孙子兵法》地形篇 .....	14
一、网络营销要占据有利位置 .....	14
二、网络营销要分析清楚执行 .....	14
三、网络营销不只求表面样子 .....	14
四、网络营销要了解行业大势 .....	15

《网络营销孙子兵法》九地篇 .....	15
一、网络营销要根据不同情况选择不同的方法 .....	15
二、网络营销要整合在一起协同配合 .....	15
三、网络营销要乘虚而入争取主动 .....	16
四、网络营销要提高团队的士气集中优势 .....	16
《网络营销孙子兵法》火攻篇 .....	16
一、网络营销要善于借势推广 .....	16
二、网络营销内部与外部配合 .....	16
三、网络营销要巩固推广效果 .....	16
四、网络营销主管的心理稳定 .....	17
《网络营销孙子兵法》用间篇 .....	17
一、网络营销要做好前期调研 .....	17
二、网络营销要做好效果分析 .....	17
三、网络营销要做好保密工作 .....	17
四、网络营销要重视资源获取 .....	18
《网络推广原创宝典》 .....	18
作者杨涛介绍 .....	19

杨涛，2002 进入互联网，早期个人站长，亿玛客网络营销学院网络推广主管和网络营销培训师，普推网创始人，人肉搜索密笈首创者，教材《网络整合营销实战》和连载《网络营销孙子兵法》作者。

个人博客:<http://blog.putui.com>

个人微博: <http://weibo.com/yangtaoblog>

联系 QQ : 1683113747

# 《网络营销孙子兵法》计篇

《孙子兵法》作为国内外享有盛名的兵法，不仅用在军事上，而且用在管理上，笔者杨涛从事网络营销推广和培训九年，把自己多年经验结合《孙子兵法》原著十三篇，一起来与大家交流网络营销中的《孙子兵法》，由于写时较费时，大约每周在业余时间写出，作为初稿陆续发出。

## 一、网络营销胜负的因素

1、做网络营销要让员工和领导的意愿一致，同心来做好网络营销。对于有些企业中，领导对网络营销的不了解会造成目标的不一致，进而会影响到效果，对于网络营销要有远景的目标。

2、当下所作从事网络营销的环境，整个行业和竞争对手了解，所从事行业的特点，竞争对手所使用的网络营销手段。

3、在作网络营销的困难度，对于我们自己所拥有的财力和推广资源，如相关网络营销的素材，网络媒体资源，相关网站和博客等，相关平台的账号等。

4、网络营销主管，有没有具备网络营销的才能，赏罚分明，爱护员工，制度严明。

5、在网络营销中的相关制度和要求，相关的管理制度规定，如每天都做那些网络营销，相关统计报告都要检查。

## 二、在网络营销中的策略

1、在网络营销的方案制定出来后，要凭借着有利于己的条件灵活应变，而采取相应的行动。

2、在整个推广要对竞争对手尽可能的迷惑，使其不明自己的意图，当然对于对手意图我们要想办法调查清楚。

3、如果对方于强大的不要直接面对，如有时候面对的竞争对手，财大气粗，投门户广告，在百度竞价大笔投钱，己方财力有限就应避免。

4、尽可能在对方不注意时，来进行相关的网络营销，正面的网络广告也投，当其它的论坛推广和博客推广等成本较低的推广也进行，选择对手进行比较少和不擅长的网络营销。

5、分化竞争对手的实力，如把对手的员工拉过来，成为自己有用的网络营销资源。

6、应充分作好事前的准备工作，如需要网络营销的资源的准备，文稿的撰写，账号的准备。

以前一直写的网络营销实践的经验分享，在《网络营销孙子兵法》中将以理论为主。在计篇中，我们事前尽可能的做调查与分析，让自己拥有网络营销中胜的要素，

对竞争对手要“出其不意，攻其不备”，有没有在网络营销前先前作好准备，是作为网络营销主管事先要考虑的。

# 《网络营销孙子兵法》作战篇

《网络营销孙子兵法》计篇已在上周发布，笔者杨涛继续结合《孙子兵法》十三篇来写网络营销，这次开始第二篇，作战篇是从做网络营销前准备工作来写起，网络营销大面积的推广和进行，进行花费大量的资金和资源，对于企业或网站来说，要以花更少的人力资源和费用来取得更大的网络 0 营销效果。

## 一、网络营销不能拖

在长期进行网络营销的工作中，要根据计划每天完成任务，不能拖，许多公司作网络营销制定了完美的方案，但是在执行上不够果断，执行的力度不够，对于网络营销来说，要尽可能来执行，最快的来见效和收益。

## 二、网络营销本地化

有位学员学完网络营销之后，来作了一个 QQ 群的联盟进行推广，大约有上千多个群，靠他自己及几个员工根本管不过来，最后在每个群里面招人来作群管理员，还有对于论坛推广同样也是的，在推广尽可能的是来招那些对本地论坛比较熟悉的来推广，或者是一些有老账号的 ID 来进行网络推广。

## 三、网络营销的激励

要想网络营销取得更好的效果，必须激励士气，如果网络推广的效果明显，获得的收益大，就要给网络推广人员进行奖励，对于网络客服转化来说，要首先奖励转化最多的网络客服，当然这些奖励的钱都是通过他们自己来获取到的。

## 四、网络营销对手资源

如何利用对手的资源，如盯住对手网站的变化，一旦有新的内容变化，及时变为我用，还有就是在竞争中尽可能吸取对手好的网站内容，进而高于对手，对手作相关的网络促销，我方也要做比较相关内容而且要比他们做的更好。

## 五、网络营销的收益

网络营销是一个长期的过程，笔者几年前在网络上作的推广现在也是存在的，对于网络营销来说要尽可能快的取得收益才有可能坚持下去，兵贵神速在这里指的是网络营销要尽快的见效收到利益，而不是长期投钱进行网络营销，而没有收益，这对于中小企业的网络营销是特别重要的。

在发布了《网络营销孙子兵法》计篇后，有些网友反映写的有点太理论，因为这次主要是以《孙子兵法》理论来写网络营销，如果比较关注特别实战的内容，大家可以搜一下《网络推广原创宝典》是笔者杨涛几年网络推广实战的经验总结文集，看到

竟然有网友把这本电子书放到淘宝上出售，这本电子书是免费的，大家可以找下进行下载，《网络营销孙子兵法》共十三篇，每周末陆续发出。

## 《网络营销孙子兵法》谋攻篇

现在发布的是《网络营销孙子兵法》谋攻篇，是陆续发布的第三篇，作为首个给《孙子兵法》作注的曹操说，欲攻敌，必先谋，对于网络营销来说也是一样的，笔者杨涛认为在开展网络营销前要进行调研策划和方案的制定，而制定一个执行力强的网络营销强的方案，就要必须了解双方的实力。

### 一、网络营销不能硬拼

尽可能的用我们的优势的网络营销资源与对手进行竞争，如果和对手的势力相差很大，尽可能的避开，一味的硬拼只有失败。在有許多公司刚开始做网络营销，一味的追求广告费的大量投放，如果与对手势力相差很大，这样进行会导致强大的竞争对手会用更大的投入来打倒我们，可以从其它性价比高小成本的网络营销手段来进行，如 SEO 和论坛推广等，要进行差异化的网络营销。

### 二、不进行网络营销而让对方的屈服

在这里要做的是，利用自己网络营销强大的资源，来压过对方，使对手不敢来攻击。对于网络营销来说，假如我们的网站有数万个注册会员，有多个网站群，有很强的口碑等，如果竞争对手要想超过我们他们就要考虑一下，多长时间才可以做到，对他们来说会有些难度。

### 三、要用网络营销谋略争胜

网络营销不能盲目行动，要在前期制定相关的网络营销方案，以便来竞争过对手，不只是网络营销的一个环节，客户来到网站后，还要看网站的信任度，还要靠网络客服的最终转化。

### 四、公司主管与网络营销人员亲合

作来公司主管来说要与网络营销人员亲密无间，大家都一起尽职，做好相对应的网络营销工作，意见相合才能取得网络营销的胜利，尽可能的不去干扰网络营销人员的工作，让他们按照已有方案和计划来进行执行。

### 五、知道己方和对方的网络营销实力

在进行网络营销前要做大量的调研工作，了解己方和对手的详细实况和实力，如双方所采取的网络营销手段，网站的对比，SEO 的对比，网络广告投放的对比，等其它网络营销手段的调研。



《网络营销孙子兵法》谋攻篇主要是要从调研双方的网络营销实力着手，制定出网络营销相关的执行的方案，主管与网络营销人员亲合，制定的网络营销方案才能得到执行，从而取得最终的胜利。

## 《网络营销孙子兵法》形篇

在《网络营销孙子兵法》形篇中所要表达是，笔者杨涛认为己方的网络营销首先要做好，让对手没有攻击我们的机会，然后可以趁对手的不足来攻击对手在网上推广，要尽可能为己方创造网络营销争胜的条件。

### 一、网络营销立于不败之地

在网络营销中，要想取得胜利，先要克服我们的不足之处，要让对手没有进攻的机会，在网络推广中会经常看到，由于自身的问题，或由于服务没有做好，造成一些负面的口碑，然后对手就趁此来进行攻击，所以在互联网上的口碑营销要做好，当然前提是本身的产品和服务没有问题。让对手有没有机会战胜我们，就要准备全面，让他们没有可趁之机，使对手的网络营销无法打倒我们，控制权在于我们自身，对方的网络营销中出现的一些问题，和己方的一些差距是战胜对方的一些要素。

### 二、网络营销创造取胜的条件

如果网络营销的资源比较强大，就可以来攻击对方，直接来进行竞争，如果没有对手那么强大，就要先采取守势。如果要想网络营销争胜，就要先创造好一切有利于我们的条件，整个网络营销推广的团队和各项的制度要完善，加强己方的网络营销资源。

### 三、网络营销靠炒作是无法争胜的

网络炒作只能引起一时的注意，不可能经常的来进行，网络营销最终的胜利是靠平常的积累出来的，如果本身条件不足，想靠某个炒作来争胜是无法达到的，首先要让自身处于不败之地，从网站到网络广告还有推广，让对手没有进攻的机会，网络营销的最终胜利，不是靠着没有实战经验的专家和大师争胜的。

### 四、网络营销胜败的衡量

网络营销胜败的衡量要从己对双方所要进行的网络营销的产品和服务有没有优势，网络营销的资源，资金，人员，管理等都是竞争是否争胜的因素。对手无法战胜己方，是由于我们的网络营销做的不错，没有不足之处让对手利用，我们相关的产品或服务做好，竞争对手就没有攻击我们的机会。

在《网络营销孙子兵法》形篇中要创造争胜的条件，对手没有可趁之机，利用对手不足进行竞争，《网络营销孙子兵法》是笔者杨涛根据孙子兵法十三篇来写的，因为不可能原兵法中的所有内容都可以与网络营销适用，所以只是选择有相关联的来写的。



# 《网络营销孙子兵法》势篇

《网络营销孙子兵法》势篇是《网络营销孙子兵法》系列的第五篇，做大公司的网络营销和小公司的网络营销都是一样的，最重要的是相关的管理问题，可以承受对手的攻击而不会失败。

## 一、网络营销的管理

对于网络营销的管理，要编制有序和组织严密，还有就是作为网络营销的主管与网络推广人员的联系沟通是否紧密，制定出来的网络营销推广方案是否按照相关要求执行，网络营销做的好和坏有没有奖励和惩罚，对于网络营销来说要完善体制，密切协同。

## 二、网络营销正面对决以奇取胜

对于网络营销来说，大家都做的我们也要去做，网络广告，搜索引擎优化等，来与对手进行正面的对决，另外还要想一些对方没有使用过的网络营销来与对方进行竞争，如网络事件营销，网络活动营销等，以奇取胜，避开对方的相于强大的优势，用我方的实处来攻击别人虚处。

## 三、网络营销的势

要为我方的网络营销来进行造势，来显示很强大的势力，在网站要让网友看起来要有信任感和安全感，对于一个新网站来说，要充实更多的内容，让网友感觉出来是一个老网站，来借助相关的热门事件的势来进行网络推广，也可以通过网络事件与网络活动来进行造势，势也是需要量的积累，善于作网络营销的，不是指靠网络营销人员，要通过造势创造有利的态势。

## 四、网络营销的真实意图

在做网络营销时，有时可以作一些假的网络营销来迷惑对方，让对方信以为真我方是真的在作相关的推广，导致对方错误的判断，可以掩盖我方所做真实的网络营销的推广，有时是做了相关的网络营销显示而没有，而没做显示做了，让对方不知我方的真实意图。

在《网络营销孙子兵法》势篇中，要用正面的网络营销与对方进行竞争，从侧面选择特殊的方法进行推广，在进行网络营销中要不断的造势，为胜利创造态势，在具体的推广中要掩盖我们真实的一些网络推广。在做网络营销时，有时可以作一些假的网络营销来迷惑对方，让对方信以为真我方是真的在作相关的推广，导致对方错误的判断，可以掩盖我方所做真实的网络营销的推广，有时是做了相关的网络营销显示而没有，而没做显示做了，让对方不知我方的真实意图。

在《网络营销孙子兵法》势篇中，要用正面的网络营销与对方进行竞争，从侧面选择特殊的方法进行推广，在进行网络营销中要不断的造势，为胜利创造态势，在具体的推广中要掩盖我们真实的一些网络推广。

# 《网络营销孙子兵法》虚实篇

《网络营销孙子兵法》虚实篇是第六篇，以前的内容大家可以在笔者杨涛的博客或在网上来找，虚实代表我方和对方的网络营销的强与弱，在具体做网络营销时，要注意到如何攻与防，还要集中我们的优势来做好网络营销，进攻对方要避实击虚。

## 一、网络营销抢占时机

大约每过一年都有新的网络营销平台的出现，如去年的 SNS，今年的微博，对于网络营销来说，要首先来占领这些相关平台，如企业相关的名称，和相关的关键词，因为对于微博来说昵称是唯一的，我方注册了，对方就不能注册，我曾看到有人在微博上来抢注竞争对手昵称，还有一个来说，早动手去作可以抢到对方前面来进行网络推广信息的覆盖，让对手跟到我方后面进行被动的网络营销，调动对方而不被对方调动，抢占网络营销的战机，不要等到对方什么网络营销都做好，我方再去竞争相对难度会更大些。

## 二、网络营销善攻善守

针对网络营销来说，争胜的话要进攻别人的弱势，是在别人的意料之外的，对于网络营销中，比较大型的推广有活动营销和事件营销，特别是对于事件营销别人都是无法意料的，对方无法来防我们，对于互联网上营销，每一年都会有新平台营销出现，当然对于旧的方法会有不断的升级和改进，这些网络营销我们在对方没有想到的时候去做好我们的网络推广。在我方网络营销守时，对方在进攻时候，在这里我方的产品或服务应没有问题，在网络推广上的口碑要做上去，在于我们稳定的网络营销，在互联网上的信息全面覆盖，要让对方找不到进攻的方面。

## 三、网络营销专一集中

对于网络营销来说，在互联网上有许多推广的平台和方法，不可能所有的都去做，要选择适合我们的，效果比较明显的要集中优势力量大量的去做，对于常作网络推广的人都知道，论坛推广在网络营销中覆盖的面和推广人群是最广和最多的，如果对于新手的博客来说，流量一天不会多于十个，但是对于论坛来说，一个贴子一天流量做的不错的，可以上一万，如果什么都去做，反而什么都做不好。

## 四、网络营销避实击虚

对于网络营销来说，要时刻注意对方都做了那些平台和使用那些手段，而对于对方可以看到，我方的网络营销，如广告，seo，论坛，博客等他们是可以看到的，还有一部分是对方无法知晓的，如找名博的话题博客，要了解对方优势和劣势，我方在网络营销的推广中，要避开对方的最有实力的地方，如对方的网络广告做很好，我方也可以做，但是他的常用网络推广做的比较少，就可以来避实击虚，要注意这些网络营销的手段不是固定不变的，而是随着网络营销的进行不断的变化。

网络营销的虚与实是时常变化和转化的，尽可能的详细了解对手而不让对方了解我方，在网络营销的中执行中，要尽快的先下手为强，抢占网络营销平台与资源，像流水一样变化避实击虚，网络营销的方法只是手段，而取胜才是最终的目标。

因为上个月的事多较忙，这个每周陆发空了一个月，今天下午讲完课，办公室的老师说收到短信，有人咨询要买《网络营销孙子兵法》这本书，现在在网上发布的只是相关简版理论，而且是公开免费发布的，感谢各位网友的支持，后期会结合实战重新整合由去年已联系过笔者的出版社出纸制版。

# 《网络营销孙子兵法》军争篇

《网络营销孙子兵法》军争篇是《网络营销孙子兵法》系列的第九篇，前期因个人有事已好长时间没有更新，今晚抽时间重新续写余下的篇章，争取在 2010 年结束前写完余下的内容。

## 一、网络营销要以迂为直

不管是企业和个人做网络营销主要就是为了给网站带来的最终的转化，或者销售产品和服务，虽然有些网络推广并不是直接给我们带来效果，但是长期的网络推广会给企业品牌和口碑带来很大的影响，让互联网上更多的人知道品牌，让他对我们产生兴趣，就像我们在买东西之前都会首先要看用户的评价，这些都会促成用户最终的转化，还有在事件营销的争议，尽可能让更多人的关注事件。

## 二、网络营销前要作好调查

做网络营销之前，首先要调查好行业的动态，竞争对手所使用的网络营销方式，了解我们要进行的网络营销的具体执行和效果及作用。不管从事哪个行业的网络营销，必须先要深入了解所在的行业，长期的网络营销，还是要靠深厚的行业知识，竞争对手不管是竞价广告和口碑推广都要有深刻的了解，对于整个的具体执行和效果要及时检查到，一切在网上所出现的危机公关必须要有所应对，针对与可以我们合作的网站尽可能的做好合作与资源互换。

## 三、网络营销以利调动用户

要尽可能的调动用户的积极性，就要想办法用利来调动。所以不管是在推广还是在广告上可以多出现在一些促进转化的一些词。在网络营销中可以多作一些相关活动，利用小礼品，小奖品来调动用户积极性，就像我们在电子商务网站的推广中会用一些低价的物品来获取大量的数据库信息来进行推广，另外还可以利用节日做好促销。笔者杨涛在 2009 年时，当时有个新的 b2c 商城开张，一是比较新二是也不是很大，关注的人相对来说也不是很多，他们当是用几元钱来促销卖 U 盘，第一次这个商家没有赚到钱，但是在后期商城在获到数据信息后，进行邮件营销，后期笔者在上面花了几千元来进行消费。

## 四、网络营销要统一行动

对于在网络营销推广中要制订好统一的宣传，如在各大推广平台上使用同样的标志和名称，如果在某个月统一推广某个主题活动，应不管从网站还是优化及广告和推广要同时进行推广和宣传，做好整合推广，让整个网络营销的效果达到最大化。还有

就是在网络营销团队管理中，各项制度尽可能的以文字的形式进行体现出来，以免在执行中产生误差。

《网络营销孙子兵法》是用《孙子兵法》十三篇来解析网络营销，以迂为直让笔者想到了许多恶意的炒作，以迂出名后再来帮助企业做正面的网络营销，还有现在许多网络公关企业在论坛中做的口碑营销，直接并不能产生效果，但是最终可以影响用户最终的购买。

## 《网络营销孙子兵法》九变篇

《网络营销孙子兵法》本篇结合孙子兵法九变篇来解析网络营销，做为网络营销的负责人要从总体上把握网络营销的统领权，对于我们网络营销的执行效果起到很重要的作用，需要做好相关的准备工作，根据不同的时机设计不同网络营销内容来做好我们相关的推广。

### 一、网络营销要有自控权

面对不断变化的互联网竞争，做为团队的负责人不应机械的执行上面的指令，而不考虑千变万化的互联网市场，当然在改变的同时尽可能与上面来沟通好。在有些公司里面，许多老总对网络营销不是特别懂，他们说不管什么推广只要给带来销售才是有效的，网络推广和广告是一样，起到广而告之的作用，并不能保证有多少销量，就想许多企业去央视花几个亿去投放广告，他们并不能要求央视给他们保证带来多少销售，当然网络推广达到告知的目标就可以促进销售。还有就是并不是所有推广位置都要去占领，许多人都去抢百度竞价的第一名，但用户并不是直接看到第一名就会去转化，而是要经过比较才会选择。

### 二、网络营销要有备无患

网络营销是一个长期的工作，不是一时想做就可以做好的，就像笔者杨涛在做搜索引擎优化排名时，当时要把主要的关键词排到前面去，当时每天联系友链，购买外链花二个月的时间才排到前面去，在随后几个月里面排名也有相对应的波动，半年后才逐渐的稳定下来。最近在搜索上面搜相关长尾关键词的排名，发现是当时笔者在二年前做的相关的网络推广，许多网络推广还有就是大量的网络推广资源这些都要提前做好准备，在互联网上进行位置的占领和信息的覆盖，就不怕对手过来攻击我们。

### 三、网络营销要随机而动

我们在平常做网络营销时要随机而动，比如常见的节日活动营销，可以利用各种各样的节日多做一些相关的活动与促销，还有在平常做推广时根据当下的热点，设计一些相关的话题，我们要关注相关的百度风云榜的热门上升词，另外是有些行业在每年都会有相对应的热点期，要根据这些相关的热点来设计相对应的网络广告和网络推广内容，就像有的教育培训机构他们在高考期是他们的招生高峰期，所以在这个时候要加大广告和推广的力度。



## 四、网络营销负责人弱点

做为网络营销的负责人，起到统领网络营销工作的重任，所以就要避免要出现的弱点，只知道蛮干做网络营销，不知道计划和检查效果，另外针对对手网络营销也不能过于担心，要沉着地去应对，还有就是对于网络营销要求比较急，这个是需要时间的，只要比以前的效果好，有所改进就是正常的，最后还有就是针对员工的管理，并不是一味的溺爱，而是制订好激励和惩罚制度，让员工做好相关的网络营销工作。

笔者在发布上一篇《网络营销孙子兵法》军争篇应是第七篇，《网络营销孙子兵法》九变篇主要是要从增强网络营销负责人自控权，做好相关的准备，因为网络营销不是立即就可以见效的，要随着时机而不断的变化设计相应的网络营销内容，还有就是尽可能的避免要出现弱点，全力的做网络营销工作。

## 《网络营销孙子兵法》行军篇

《网络营销孙子兵法》行军篇上一个九变篇，继续用孙子兵法来解析网络营销。在写这一系列文章，从5月写到12月，将近半年时间，孙子兵法译文参考了陶汉章的《孙子兵法概论》，特表示致意，余下还有四篇，笔者会争取在本月全部写完，感谢各位朋友的关注。

### 一、网络营销要注意细节

网络营销是一个长期的工作，在具体作网络推广中要注意到相关的细节。就像我们常作的论坛推广，许多人在做的时候不注意细节，特别是在维护贴子时，需要大量的账号，有些人在注册时间和账号看起来特别接近，让网友一看就知道是推广做的。还有就是在问答类的推广中，一个提问就一个回答，而且时间比较接近，这样看起来也不是特别真实。许多网络营销手段在理论方面是没有问题的，但是在执行时会出现许多问题，所有要有一个注意细节的执行团队。

### 二、网络营销要硬软结合

网络营销在具体执行时，许多企业站的流量大多数都是来自网络广告的，另外一些软性的推广也要进行。用户在搜索上可搜到我们竞价广告，也可以看到我们自然的排名，如果在网络社区论坛和博客也可以看到企业的推广内容，针对用户达成一个全范围的覆盖。笔者杨涛前阵要买个软件，这种类型的软件是特别多，有个软件推荐的朋友说很不错，但是我从来没有在其它平台看到它名字，也没有购买。在多个平台通过软硬的多个角度的覆盖，让用户在最终选择时可以迅速想到我们。

### 三、网络营销手段不在多

现在网络营销的手段很多，但是并不是所有的手段都要使用，对于许多企业来说，数十种一起使用根本做不完，或者是根本没有精力做。在开始做网络营销时，应是选择几种来说比较有用的，当然做后要进行统计分析效果，选择效果好坚持长期作。还有每个人根据自己的具体情况，选择自己比较擅长的网络营销手段来进行，易

于见到效果。笔者杨涛有个学员是卖服务器的，当时采用了四五种推广手段坚持了几个月，业务量增加很快，拉到几家电视台的大单。

## 四、网络营销要善于透过现象看到本质

网络营销不要只注意外面的一些内容，要发现其中一些规律。这个就要在具体做网络营销善于总结分析，邮件营销发出去几万份，要总结出来有效到达的规律，哪些邮箱好用，用什么内容发送不易于识别垃圾邮件。在网络事件营销中常见的网络红人，更多人的只是关注的热闹，对于我们做网络营销的则要分析他们的推广流程。

《网络营销孙子兵法》行军篇，在做网络营销时要注意细微处，硬软推广的相结合，还有就是选择最有效的几种和擅长的手段来进行，在具体做网络营销时，要善于发现和总结里面的规律。

# 《网络营销孙子兵法》地形篇

《网络营销孙子兵法》地形篇，当搜索成为一切推广的入口时，我们企业的网站和品牌要在搜索上占据有利的位置，让想找到我们的客户找到我们，这阵子看了一本叫格里菲思的美国人解读的《孙子兵法》，让笔者可以从多个角度进理解。

## 一、网络营销要占据有利位置

搜索引擎已成为一切推广的入口，现在不管是平媒还是在网媒作的广告，消费者都会在搜索引擎上进行搜索，就像我们所作用户来源调查，许多用户来写都是通过某搜索过来的，其实他们早在其它平台得知企业或网站的名称，最终是通过搜索过来的。所有企业的品牌词要排到搜索的前面去，另外也可以用百科或分类信息等搜索上权重高的平台进行覆盖，让用户在搜索上搜时在前几页都是与企业相关的内容，当然要做好正面信息覆盖，不能在搜索前三页有企业的负面的内容，不可以在做完网络营销后，用户在搜索上找不到企业，或者是找到是负面的内容，当然前期可以通过竞价广告，中期可以通过自然排名，品牌词比较唯一，在做优化时相对来说比较好做些，后期可以通过多平台或站群的覆盖。

## 二、网络营销要分析清楚执行

不管是个人还是企业做网络营销，都想很快见到效果，在做网络营销之前，要分清主次和重要的，开始可以先做一些见效快的，特别是企业，作为中小企业的运营，如果没有收益，就会对企业的正常运营产生影响，当然在开始见效最快的就是广告，网站的优化的效果来说比较慢些，最快也是一个半月才可以看到效果，稳定更是需要三个月，针对于直接拉客户方面，笔者杨涛在做数据库营销时，感觉相对来说见效快一些，如果有合适的邮件或短信，有些就可以直接转化到用户，所以针对网络营销在做之前尽可能分析清楚，这样去执行，才可以让企业运营更好些。

## 三、网络营销不只求表面样子

许多企业上做网站时还停留在只看网页的样子阶段，特别是一些中小企业网站首页都是大幅的图片和动画，又没有对页面进行嵌套，虽然看起来网站的样子很好看，



但是起不到优化的作用，如果客户的网速慢，半天网站打不开，影响用户体验，作为网站来说没有营销的功能，达不到转化客户和销售的目的。许多企业都想用新的网络营销方式，但是都不是特别适用的，有些手段花而不实，或者要见到效果相对来说比较难些，有许多企业几年下来就用一些有效的一两种进行推广，依然取得不错的效果，就像邮件营销，是从互联网诞生之初就开始使用，现在也是许多企业进行网络营销的重要手段。

## 四、网络营销要了解行业大势

在进行网络营销的时候，不仅要详细了解我们自身的网络营销情况，也要了解竞争对手和同行的情况，做好相关的监控，除了这些更要了解国家大势和行业的动态，像一阵子在反三俗，一些特别低俗的推广内容就不要进行设计了，所做的网络营销要符合国家的大政方针，而对行业深入的了解会让我们更好的做好网络营销，每个行业都有自己不同的情况，我们只要把网络营销和企业所处的行业结合起来才可做好相关的推广，就像有些朋友他的纯网络营销比较好，但是对相关行业不是特别了解，虽然什么都做了，但是见效不是很大。

《网络营销孙子兵法》地形篇，网络营销要全面占据有利的位置，要选择有效的网络营销手段进行，注意在推广中注意先后和主次的顺序，不只是求平面上网站或招式的好看，而是要看到最后的转化或销售。

# 《网络营销孙子兵法》九地篇

《网络营销孙子兵法》九地篇，在做网络营销中要根据不同情况，选择不同的方法进行推广，笔者杨涛认为在整个网络营销中是需要协同配合才可以达到最终的胜利。

## 一、网络营销要根据不同情况选择不同的方法

在网络营销中常常因为所推广的企业和产品的不同，所选用方法产生的效果是不一样的。所在的行业不同所选择推广也是不一样的，传统生产型的企业在 B2B 信息平台上推广效果不错，但在论坛上的推广效果就不太明显，现在比较热门的 b2c 企业常用的是 cps，如果是针对传统生产型的企业效果就不太明显了。另外要想网络营销达的目标不同，所以采用的方法也是不同的，想快速的拉到用户，用网络数据库比较明显，如果想提高品牌的影响力，通过一些网络活动的推广效果会比较好些。

## 二、网络营销要整合在一起协同配合

对于一个企业或网站的网络营销来说，是一个全局的事情，在整个的推广的中，不仅要带来真实有效的流量，而且要提高用户对于我们的信任，而且在大量的第三方平台有我们的信息覆盖和口碑影响力。让用户不只是对通过一个平台来了解我们，而是全方位的感受到企业的信息，不仅是推广的配合还要有人员和部门的配合，从销前到销后，从低到高让用户切实感受到企业的产品和服务。

### 三、网络营销要乘虚而入争取主动

网络营销要在最薄弱的地方进行突破，网络营销是一个全面的环节，从前期的推广，到网站直到最好的成交，在每步都要提高，选择对手在使用网络营销不太强的方面进行大范围的覆盖，只要在前期占有最有利的地位，才不会让竞争对手好对付我们。

### 四、网络营销要提高团队的士气集中优势

网络营销整合工作的进展需要团队的配合，而成员的士气的高低也会影响到整个网络营销的效果，从制度上来激励每个成员的士气是特别重要的，从效果上可以通过数量，流量，转化多个角度的进行评估。另外在网络营销中手段不在多，而是在于有用，尽可能集中优势选择最有效的手段进行。

《网络营销孙子兵法》九地篇，要乘虚而入抢占先机，提高团队的士气集中优势来进行推广。《网络营销孙子兵法》笔者杨涛在 2010 年时已写了十篇，余下三篇会在本月陆续写完，也希望与各位网络营销同行进行交流。

## 《网络营销孙子兵法》火攻篇

《网络营销孙子兵法》火攻篇，火的燃烧是需要火和风的配合，笔者杨涛认为对于网络营销也是一样的，要善于助东风，让最终的推广效果更好一些。还有就是网络营销需要内部和外部的推广进行配合，这样可以更好的制造声势，扩大整体的影响力。

### 一、网络营销要善于借势推广

火的燃烧是需要风，风越大火会越大，对于做网络营销也是一样的，要善于借助外部的热点进行推广，每个从事网络营销的人员，都应每天都来关注百度风云榜上的上升词，善于选择有利时机进行推广。就如赶集网花了四个亿做广告，却被百姓网抢注先机，注册了赶驴网截取了大量的关注和流量。

### 二、网络营销内部与外部配合

火有从内部点着的，也有从外部点着的，如果两处的火同时点着，造成的影响会更大。对于网络营销的内部的网站维护优化和更新，客服和客户的数据的管理，外部的网络广告和网络推广也是需要进行的，当然如果内外配合在一起协同进行，整个网络营销会产生的效果会比只作一方面好的多。

### 三、网络营销要巩固推广效果

对于网络营销进行后产生的好的效果，则不能停止不继续进行，对于效果明显的推广还是需要保持和长期来维护来做，在具体的网络营销工作中，要达到目标是比较好的进行的，如果保持住就会出现许多问题。就如在以前作关键词优化排名时，就许多人使用大量的垃圾外链群发，这样可以快速提高排名，但这是明显的作弊的手

段，过后会造成网站让搜索引擎除名和降权，争取一个好的效果需要是正当的手法来做推广，最终达到效果后也是稳定和好保持。

## 四、网络营销主管的心理稳定

作为网络营销主管在进行工作时，切不要急躁贸然进行。网络营销前要做好相关的调研和分析，制订出来详细的工作计划，对于网络营销效果作用不是很大的就少采用，对于反击对手如果没有充分的把握则要量力而行。

对于网络营销来说，达到目标只是第一步，在其后要保持住这个效果继续进行推广提高，在网络营销工作中，需要主管以稳定的心态进行，感谢各位朋友关注笔者杨涛的《网络营销孙子兵法》，最后一篇会在本周发布。

# 《网络营销孙子兵法》用间篇

《网络营销孙子兵法》用间篇，笔者杨涛认为在做网络营销工作前要做好相关的调研，了解好所在的行业和自身及对手，在具体的推广的中要做好效果分析和统计，以便于我们知道转化成交的用户的来路继而有效推广。

## 一、网络营销要做好前期调研

网络营销要制定一个详细的方案和争取胜利，就需要对行业和自身及对手的详细了解，所以在做之前必须做好相关的调研和分析。在具体做的时候可以使用软件和搜索，或者是在线调查问卷的形式也可以实现，对于我们已成交用户和感兴趣的用户都可以进行，一些行业报告大家可以去相关的行业网站去找，也可以在百度文库等资料分享的网站搜索下载。

## 二、网络营销要做好效果分析

对于网络营销做完后的效果应实时监控好，这个对于提高和调整网络营销的效果有着很大的作用。现在可以用一些免费统计分析工具来做好分析，常见的用谷歌分析和 cnzz 统计等就可以分析，对于网络营销我们最重要的的是要分析到转化客户的来源，通过查看统计来路来源网址或搜索关键词我们就可以查看到，有的可以给推广网址加上相关参数方便统计。

## 三、网络营销要做好保密工作

网络营销推广工作要做好保密工作，有些计划的内容不宜过早的公布到网上去，另外要和员工签订网络营销保密和竞业禁止协议，防止公司内部资料公布到网上去，或者直接去竞争对手的公司里面去上班，重要的任务可以让两人负责或形成多人制约的机制。另外就是信息的安全性，注意做好网站数据的备份，防止网站受到攻击和破坏时及时恢复。记的有朋友在招聘人员做网络推广，分配每个人企业邮箱，所有的推广账号都是由他来提供邮箱和密保让员工去注册，方便公司长期来使用和管理。

## 四、网络营销要重视资源获取

做网络营销要战胜对手，就需要有用的资源来进行推广，许多网络营销的对手或行业的资源需要需要我们花费去购买，一些高手是需要花重金去来聘用，也可以聘请网络营销的顾问为我们出谋划策，当然针对于对手我们可以模仿真实用户去在线咨询或购买来了解对方的流程，如对于培训行业，经常有竞争对手派人过来学习，获取教材和讲课的视频资源，对于有价值的资源获取要不惜重金。

作为网络营销管理者，要做好保密工作，另外对于获取网络营销相关资源要重视。从《网络营销孙子兵法》计篇到用间篇共计十三篇内容，笔者杨涛已陆续发布完成，中间由于事情耽搁大约进行了一年时间，感谢各位网友的关注和支持。

## 《网络推广原创宝典》

网络推广原创宝典，2007 底到 2010 年初共 30 篇文章与大家分享交流，本电子书可以在百度文库等其它网站下载到。

——杨涛网络推广原创文集

- 1、解密电影《2012》网络营销八大招式 2
- 2、谷歌退出对网络营销的影响 8
- 3、四大网站推广方法的特点 9
- 4、互联网视频推广：视频格式分析 11
- 5、网站是“内容”或“用户”为王 12
- 6、网络推广的三个进阶 13
- 7、百度三年后终于解封 14
- 8、八招网络推广助凡客诚品取胜 15
- 9、草根站长盈利新四种方式 20
- 10、网站运营一词排到搜索首页经验分享 21
- 11、google 排名测试研究结果 22
- 12、团购冰岛看借势网络推广 23
- 13、网络营销信任十大要素 25
- 14、博客圈对网络推广的作用 27
- 15、一个月时间从 PR0 到 PR628
- 16、认识网络营销的三部曲 29
- 17、网络促销的十大方法 30
- 18 [普推网](http://www.putui.com) ( [www.putui.com](http://www.putui.com) ) 《网络营销孙子兵法》十三篇 QQ:938026018

- 18、网站推广的三重境界 31
- 19、端午节推广网站十大方法 32
- 20、网店推广十大免费方法 33
- 21、病毒式网站推广 35
- 22、王老吉地震营销的网络推广 37
- 23、营销型网站十大参考标准 39
- 24、关键词选择的十大误区 40
- 25、企业网站推广十大方法 42
- 26、网站放弃和流量没做大的原因 45
- 27、地区行业网站的运营 46
- 28、没有百度和 AdSense 站长的出路 47
- 29、五圈理论为站长方向定位 48
- 30、如何产生网站原创内容 49
- 31、杨涛个人介绍 50
- 32、工信部亿玛客网络营销学院介绍 52
- 33、关于网络推广原创宝典 52

## 作者杨涛介绍

2002 年担任最大的论坛西陆网论坛版主

2003 年建设个人主页获 21cn 优秀奖

2004 年个人网店经营把工艺品做到百度第一

2005 年为多家企业和个人提供网站建设服务

2006 年从事个人网站建设, 日独立 IP 从 0 到 10000 仅一个月

2006 年电子商务网站 B2B 某特产网站, 任推广主管

2007 年从事网站运营日自然 IP 流量最高达 10 万

2008 年加入亿玛客网络营销学院从事网络营销教材研发及培训和网络推广

2009 年全程讲授《网络整合营销实战》成功教学案例有数百家媒体报道

2010 年撰写《网络营销孙子兵法》, 系列文章受到网友广泛好评

19 [普推网](http://www.putui.com) ( www.putui.com ) 《网络营销孙子兵法》十三篇 QQ:938026018



## 2011 年策划和执行“乐儿宝”商业网络整合营销全案

杨涛, 2002 进入互联网, 亿玛客网络营销学院网络推广主管和网络营销培训师, 教材《网络整合营销实战》和连载《网络营销孙子兵法》作者, 人肉搜索密笈首创者。受邀在北京城市学院进行讲座, 对尚龙集团和迪信通等全国经理进行网络营销内训, 对数家公司和个人提供了互联网推广服务和咨询建议, 策划和执行“乐儿宝”网络整合营销全案, 长期从事网络营销推广和网络营销培训, 有着丰富的第一线的网络推广实战和执行经验。

在所从事的网络营销内容被传统媒体《北京青年周刊》、《新商报》、《北京商报》、《扬州晚报》、《哈尔滨电视台》和网络媒体阿里巴巴、淘宝网、易趣网、中关村在线、硅谷动力、计算机世界和电脑爱好者网站人民网、新华网、QQ、慧聪网、计算机世界、千龙网等报道, 被数十万家网站免费转载。



带领和指导学员的“IT 光棍男”和“最牛宠物店”, 被《新京报》、《扬子晚报》、《新闻晨报》、《现代金报》、《辽沈晚报》、《京华时报》、《华商报》、《生活新报》、《信息时报》、香港《苹果日报》、《上海卫视》、《北京电视台》、《辽宁卫视》、《台湾某电视台》等数十家国内外传统媒体免费报道, 并上猫扑 MOP 首页, TOM 首页, 新华网互联网 IT 频道首页, 被新华网、人民网、搜狐、环球网、上海热线、解放日报网、中新网、光明网、腾讯网, 星岛环球网等数百家网媒免费报道。

杨涛微博 [weibo.com/yangtaoblog](http://weibo.com/yangtaoblog) <http://t.qq.com/taoyang> [twitter.com/yangtao](http://twitter.com/yangtao)

普推网微博 [weibo.com/putui](http://weibo.com/putui) [t.qq.com/putuicom](http://t.qq.com/putuicom) [twitter.com/putui](http://twitter.com/putui)

联系邮件 [wlyxxy@gmail.com](mailto:wlyxxy@gmail.com) QQ:1683113747 [邮件订阅](#) [QQ 邮件列表](#)

《网络营销孙子兵法》是简版系列, 实战的内容可以看 [《网络推广创宝典》](#)

《网络营销孙子兵法》全部为作者杨涛业余时间独立原创, 请尊重版权!