

## 域名策略

仅有少数公司会将域名策略书面化，与此同时，这些组织的员工、管理者和供应商对于域名管理均具有全面的了解。他们有一种相对优势，即能够严谨而负责地在互联网上推广和保护他们的品牌的同时，保证品牌安全。利用 CSC 的七步流程，您也可加入其中，成为一家全面掌控域名管理的公司。



### 制定成功域名策略的 七大关键步骤

#### 您为什么需要域名策略？

如果您拥有了域名策略，就能在恰当的部门，使用最合适的员工，为您的组织做出最佳决策。这意味着，在缩减管理成本、减少欺诈和网络犯罪风险的同时，您还可抓住新通用顶级域名 (gTLD) 等不同数字机遇。



## 1 建立您的策略目标



### 建立您的策略目标

策略目标必须是具体且量化的，并必须由策略管理人员与市场营销、法律和 IT 这三个拥有最大既得利益的部门一起来制定。典型的域名策略目标可以包含：“降低域名恢复相关方面的成本和工作量”，或“为所有业务部门提供在线访问相关域名和数据的访问权”。域名策略越能反映出所有利益相关者的意见与共识，就越有价值 and 意义。

## 2 列出日常细节



## 3 确定并优化您的域名策略



## 4 分配角色和职责



## 5 确定预算



## 6 制定标准



## 7 明确报告和审查流程



1 建立您的策略目标



2 列出日常细节



## 列出日常细节

若要节省资金并趋避风险，则需注意日常细节。例如，在申请一个商标名或品牌时，我们建议制定一项政策，即将域名的战略性注册与公开呈报和域名/品牌潜在意图相结合，从而避免域名被“抢先注册”的问题，因为这时候会有一些投机者抢注那些正在被搜索或被试用的域名。

3 确定并优化您的域名策略



4 分配角色和职责



5 确定预算



6 制定标准



7 明确报告和审查流程





## 1 建立您的策略目标



## 2 列出日常细节



## 3 确定并优化您的域名策略



## 4 分配角色和职责



## 5 确定预算



## 6 制定标准



## 7 明确报告和审查流程




### 确定并优化您的域名策略


您在数字化领域想要实现的目标是什么？品牌保护？品牌推广？电子商务？信息发布？还是同时实现几个目标？清楚了解您的域名策略将有助于您制定出一个对您的组织而言最优化的策略。


例如，如果您的优先目标是品牌推广和实现收益，就必须对人们在线搜索您的品牌的方式有所了解。您必须将您的域名策略，与您的搜索引擎优化 (SEO) 计划联系起来。新通用顶级域名 (gTLD) 在这一方面给予了更多的关注，并为您的域名网络品牌资产添加了一个全新的组件。决定注册或监控哪种品牌或类别的新通用顶级域名 (gTLD)，是 2015 年任何一项域名策略都不可避免的关键策略。


#### CSC 建议每个组织都通过以下行动来优化其域名策略：


- 审查并简化您的域名网络品牌资产的 DNS 和 SSL 覆盖范围，从而减少安全风险和优化网站解决方案。
- 确保对您的数字 IP 进行集中管理，将其解析为相关内容，并对其进行测量以量化其影响。应涉及到所有的网络资产，包括域名、社交媒体用户名、电子邮箱地址以及移动应用程序 (APP) 和二维码。
- 释放失去价值的域名，尝试剥离失去价值的非核心通用域名。
- 识别和注册可使用的“高影响力/高风险”域名和社交媒体用户名 (包括新通用顶级域名 (gTLD))，例如具有较高流量和侵权可能性的域名与名称。
- 审查和监控域名空间，以识别移动应用程序 (APP)、社交媒体、搜索、域名、联营公司和点有渠道的高影响力侵权案件。
- 利用警告信、《统一域名争议解决政策》(UDRP) 和《数字千年版权法案》(DMCA) 来优化和执行您的品牌权利，并衡量其影响力。


1 建立您的策略目标 


2 列出日常细节 

3 确定并优化您的域名策略 

4 分配角色和职责 

5 确定预算 


6 制定标准 


7 明确报告和审查流程 


## 分配角色和职责


谁来推动域名策略? 您的域名策略中应包括一张组织结构图, 该图标明了域名策略的负责人, 并明确界定一系列的职责, 如管理职责和安全职责。您的组织结构图中还可将供应商纳入进来, 而这全要视您对外部支持的依赖程度而定。




1 建立您的策略目标 


2 列出日常细节 

3 确定并优化您的域名策略 

4 分配角色和职责 

5 确定预算 

6 制定标准 

7 明确报告和审查流程 

## 确定预算

与您的域名策略有关的注册、监控和实施工作是需要预算的。您需要确定从哪些部门筹集预算，然后再将资金重点注入哪些其他部门，如果需要额外资金，则优质的域名策略就可以进而转换为良好的商业案例。



1 建立您的策略目标 +

2 列出日常细节 +

3 确定并优化您的域名策略 +

4 分配角色和职责 +

5 确定预算 +


6 制定标准 


7 明确报告和审查流程 +


## 制定标准


定制标准可保证域名策略的持续性和可扩展性。您可以从为您的公司及其各业务部门的域名定义 WHOIS 模板开始着手。这将可保证当有人离开公司时，任何个人都无法劫持或占有公司的域名。根据您的注册机构、DRP 机构或其他供应商的请求或通知，通过创建和公开收信人列表，您就可以确保通信链中不存在任何故障点。一个针对 WHOIS 查询、追踪路径和域名表格等专属资源的中央存储库将能助您一劳永逸地解决域名问题。





1 建立您的策略目标 


2 列出日常细节 

3 确定并优化您的域名策略 

4 分配角色和职责 

5 确定预算 

6 制定标准 

7 明确报告和审查流程 

## 明确报告和审查流程

通过明确报告类型和报告频率(以及由谁编写报告),您将可保证域名策略利益相关者之间的有效沟通。例如,一个典型的报告应该是针对品牌资产组合的审查季报,该报告列出了即将到期的域名。

最后,预先设定对您的域名策略进行定期审查,将有助于您的域名策略顺利运行。审查为利益相关者提供了一个讨论的空间,从而确定域名策略是否能按照预定计划顺畅运行、域名策略是否已足够强大,以及是否还需要加入新的规定等各种关键问题。





[cscdigitalbrand.services/cn](https://cscdigitalbrand.services/cn)

版权所有 © 2017 Corporation Service Company。保留所有权利。

*CSC 是一家服务公司，不提供法律及/或财务咨询服务。此处提供的材料仅作参考之用。*

*请咨询您的法律及财务顾问，以确定该信息如何更好地为您所用。*