# 2024年网络营销策划书目录(16篇)

来源：网络 作者：情深意重 更新时间：2024-06-26

*每个人都曾试图在平淡的学习、工作和生活中写一篇文章。写作是培养人的观察、联想、想象、思维和记忆的重要手段。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的范文吗？这里我整理了一些优秀的范文，希望对大家有所帮助，下面我们就来了解一下吧。网络营销策划书目录...*

每个人都曾试图在平淡的学习、工作和生活中写一篇文章。写作是培养人的观察、联想、想象、思维和记忆的重要手段。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的范文吗？这里我整理了一些优秀的范文，希望对大家有所帮助，下面我们就来了解一下吧。

**网络营销策划书目录篇一**

知已知彼，百战不殆。在做任何网络推广方案之前，都必须对自身与竞争对手有一个详细了解。自己优势在哪里?自己哪些方面不如竞争对手?竞争对手做了什么?竞争对手正在做什么?它们下一步又想做什么?

如：分析双方哪些媒介进行网络推广，使用的具体推广方式，实际效果评估，搜索收录情况，链接、pr值、ip、pv等等数据查询。

第二、列出潜在客户群体

哪些是我们潜在的客户群体?对相关群体进一步的细化，如年龄大小、性别、数量、学历、收入情况、兴趣爱好、上网习惯等，根据目标人群的习惯等来制订网络推广方案。

第三、选择网络推广方法及策略

根据收集资料分析，确定网络推广方法及策略，详细列出将使用哪些网络推广方法，如搜索引擎推广、博客推广、邮件群发营销、qq群通讯、论坛社区发帖、攒写软文宣传、活动推广、网络广告投放等，对每一种网络推广方法的优劣及效果等做分析及具体如何实施。

第四、明确每一阶段目标

1、每天ip访问量、pv流览量

2、各搜索引擎收录多少

3、外部链接每阶段完成多少

4、网站的排名、pr值权重多少

5、关键词多少、各搜索引擎排名情况如何

6、网络推广实际转化的客户多少

7、网络品牌形象如何

第五：工作进度及人员安排

好的方案还要有好的执行团队，依据方案制作详细的计划进度表，控制方案执行的进程，对推广活动进行详细罗列，安排具体的人员来负责落实，确保方案得到有效的执行。

第六：确认网络广告预算

网络推广方案的实施，必然会有广告预算，要通过规划控制让广告费用发挥最大的网络推广效果，定期分析优化账户结构，减少资金浪费，让推广的效果达到最大化。

第七：效果评估监测

安装监控工具，对数据来源、点击等进行监测跟踪，帮助企业及时调整推广的策略。并对每一阶段进行效果评估。

第八：预备网络推广方案

市场并非一成不变，当计划跟不上变化时，就不能依照原来网络推广方案完完全全执行下去。如果提前制作风险预备方案，当市场变化时，才不致于手忙脚乱。

计划没有变化快，真正可执行的网站推广方案不是一成不变的，作为网络营销的策划者要时刻关注这些变化。针对市场的变化、行业的变化、企业的变化实时调整、优化自己的方案，让自己的网络推广效果达到最大化，好的网络推广方案加上有效的执行团队方能达到自己的预期效果。

**网络营销策划书目录篇二**

一、市场分析

我们主要是采用网络为主要渠道进行客户的开发，以实体店作为辅助开展网络营销。所以我们的目标客户就分为两种，一种是网民，具有上网习惯，习惯通过网络来获得信息进行网上购物，具备这一特征的结婚人群是我们的主要目标客户，一种是直接通过门店上门的客户，通过网络来进行维护和开发。通过他们进行网上平台的推广活动，通过口碑的形式实现网上的预约和订单。这也符合网络营销口碑营销的特点，更具有针对性。

主要目标客户的特征：

地域：主要是以及周边县市为主，辐射整个xx省。

学历：大专和本科

性别：男性和女性区分开。

办公位置：写字楼。

消费类型：感性消费为主，混合时尚消费。

二、宗旨及商业模式

宗 旨: 实施全面的网络营销进行服务开发和获得获得更多的客户;

我们提供的不仅仅是一张张照片，更是一种珍藏和时尚;一种积极乐观的现代生活方式;

商业模式: btoc的商业模式、网络品牌的推广、潜在客户的开发;

网站和实体店面相结合。

三、产品概述

婚纱摄影服务、服装租赁、婚纱销售、相关产品销售,服装定做。

四、营销性的网站建设

精确设定网站目标：明确网站想让浏览者在网站上面做什么。由于影楼产品大概有婚纱摄影服务、婚纱租赁、婚纱出售。我们设定的目标有实现网上在线租赁、在线销售婚纱、在线拍照预约、客户在线注册、客户在线的咨询、在线下载优惠券、客户在线评论、网上试穿婚纱、客户直接来门店咨询、客户电话咨询。

五、网络营销人员的管理和绩效考核

六、网络营销效果检测和评估

七、营销组合策略

新产品开发策略：针对网络目标客户的特点，在现有产品基础之上进行新的服务的开发。主要主要针对竞争对手的优劣势分析，有针对性的进行短期产品开发。

产品的定价策略：针对网络目标客户的特点结合门面店价格制定不同方式的定价策略。主要分为门面店价格、会员价格、网上预约价格、节日促销价格

1、 根据不同时间和节日进行促销价格的制定，限定人数的价格优惠活动。

通过不同价格的制定，吸引不用客户的关注，增加网站流量，通过网站增加客户到门面店的机会。给予客户不同多样的选择。

2、 借助门面店价格对到店咨询的客户没有直接成交的客户，只要客户在特定时间内在网上进行预约的客户给予打折的优惠。目的是通过网站平台提高客户的转化率。

3、 对客户进行会员制营销，在网上进行注册成为会员享受折扣价格，以达到客户资料的收集。积累大量的客户资料，方便进行客户的定期开发。对会员进行级别的分类。不同的会员给予不同的价格和增值服务。

4、 根据网上预约方式的不同进行价格的制定，直接在网上进行预订的客户制定相关价格优惠，通过网上客户咨询后到门店的进行价格制定。对通过网站获得信息直接到门店的客户进行不同的价格制定。

多样的渠道建设策略：主要通过网站为主要的平台结合实体店面和我们的客户三方三方共建多样渠道。

1、体验式营销: 通过建立更强的体验式网站功能，来体现公司产异化的产品和独特的服务，在网上设计一个客户试婚纱的功能，让客户既可以选择试穿婚纱效果。又可以得到一种独特的网上体验，体现公司的独特的网上服务方式，建立独特的网站功能模式。

2、 网站本身：增强网站本身的营销功能和客户体验功能，让客户获得更多的管全面的信息。更完善更新颖的体验。增加客户驻足网站的时间和反诉浏览的次数。通过网站增加客户的信赖感，达到客户进行口碑宣传的作用。

3、 结合实体店达到对网站平台的宣传，让实体店的员工对进店的客户进行网站宣传，使客户进行网站访问，借助现有的平面媒体，如标志，名片、宣传册等一些列的工具进行网站平台的宣传，进行线下的网站推广。

4、 通过客户即一种合作伙伴营销策略：建立客户转介绍的一种模式，给予客户一定的佣金。让客户成为我们合作伙伴，成为我们的销售人员，通过建立这个模式达到客户转介绍的目的。借助网络平台实现对客户的管理。

促销策略：借助互联的多媒体手段实现对客户的增值促销，给客户提供电子相册制作服务，结合其他产品进行组合。

八、网络营销工具选择：

开展网络营销的根本和基础是如何提升网站的流量，如何让我们的网站呗跟多的潜在客户所知晓访问。这是我们开展网络营销的第一步。也就是网站的推广。当然网站的推广网络营销中相当重要的份量。

搜索引擎推广：主要以付费的网络推广和seo进行网络推广。在进行搜索引擎推广的过程中，侧重点主要放在关键词的选择上面，更精准的进行关键词选择。主要以目标客户为主，不盲目追求网站流量。主要工作放在数据调研上，通过数据收据进行关键词的投放和优化。

网下推广：借助线下的平面媒体：名片、标志、彩页等一些列的传统媒体进行网站的推广。

**网络营销策划书目录篇三**

一、校园二手书网站的需求分析

当前大学的学杂费、生活费居高不下，每学期大学生还要花较多的钱买较为昂贵的教科书和其他书籍，这在物价上涨特别厉害的今天，大学生面临的经济压力就更大了.学生在花销方面，节省就显的很重要.特别是每年书籍方面的开销了.

对于同专业的上、下届的学生来讲，许多专业课程是同一个老师教的，所用的教材一般不会变.买旧书除了破一些，其他都还算可以.

而对于考级的学生来讲，不管是四、六级考试还是计算机等级考试，所用的参考资料都具有多次利用的价值.如果仅仅是把它们当废品卖掉，那真叫可惜.而华大的跳瘙市场虽然每年都很活跃，但是它的时间段仅仅是每年的五、六月份.有些人一时半伙不知要买什么书，就没买.等到下学期要上这门课时，才想去买.但是这会儿大四的学生已经毕业了.而多数在跳瘙市场卖书的大四学生也不可能每天都在卖.那么多的书，每次没有卖出去书还要再装起来，扛回宿舍.要是遇上下雨天，那是搬都来不及，弄得很辛苦.

因此多数的书是还没有在跳瘙市场卖过，就已经装进回收废品的麻袋里了.虽然在一些城市，如西安、北京，已经有专门为高校大学生搭建的二手书平台.但华大到现在还没有一个专门为本校师生提供买卖二手书籍、杂志的网络平台.而仅仅是在娱网、桑梓论坛的一些板块上写一些买卖书籍的支言片语.多数情况下它们是被视频、音乐、电影等娱乐信息淹没掉.所以我们小组希望创建一个华大校园的电子商务交易平台，主要是针对本校高、低年级间使用教材重复现象，为多数高年级学生能够更方便的将自己用过的教材、书籍出售，同时也为了让低年级学生能够更方便的买到自己需要的图书.通过二手书的交流为同学们减省购书费用，并积极构建一个共享的环境，让教育资源再利用.(附上二手书调查表)

二、网站的定位分析

1、本网站的基本定位

一个为大学生买、卖二手书籍的双方提供交易信息的平台.

2、本网站的经营目标

网站成为一个深受大学生青睐的二手书网，让学生一想买、卖书就到我们网站来.

3、本网站的平台作用

广泛收集买、卖双方的需求信息.急你所急，真诚服务.

三、网站整体策划

1、网站基本属性

网站域名设想:book11 ，\"不可思议\"的价格，\"不可思议\"的服务，\"不可思议\"的速度，突出自己的特色，带给大家满意的服务.

网站版本设想:初期制作一个网站，考虑后期的经营状况，升级网站.

2. 网站平台策划

首先消费者在我们的首页注册为会员，然后他就具有了会员相关的权利，上传卖书信息或者在线浏览图书.当他发现自己有兴趣的书时，可以点击详细信息来进一步的了解.确定了购买需求，即可点击购物车把书放进去.如果消费者对该书有一定的了解，如书名、作者或是出版社信息，在登录之后可在线搜索自己需要的书.把书放进购物车之后，页面自动跳转至订单页面，消费者在这里填写个人信息并选择订购方式和付款方式.

消费者在网络上下订单之后，订单讯息将传至后台数据库统一处理，之后数据库管理员即向消费者确认订单，如果消费者所订购的商品无法於正常期限内出货时，管理员会以电话或e-mail通知所需的时间.在订单确认完毕之后，管理员将传输欲订购的商品资讯给供书人，待将供书人的书提取后，由管理员统一包装，出货，并依订书人所选择的订购方式，将书送达其手中.

在线查询: 学生可以查询自己需要的书是否有在卖，如果有自己想要的书，要知道更详细的资料必须先登入会员，才可以知道更详细的内容.

在线登录与修改:学生可以随时以在线登录的方式新增、修改、或删除书籍数据.并可对自己想卖的书再做更详细的描述.

留言板:学生想留言可以在此留言，到了一段时间之后所发表的文章会自动删除，避免数据过多重复，会员想卖的书还没卖出，可再一次发表文章.

会员管理:即可供管理员登录的后台，对会员进行管理，当会员交易达到一定的数量时，可考虑予以升级，并给与一定的优惠.

购物车:核对购物信息，确定数量及其他问题，点击提交购买.

信息发布:由那些有卖书需求的人来发布信息，网站可提供说明和示范，一方面可减少管理员的工作量，另一方面也提高会员的参与热情.

3.网站主要栏目介绍

首页:分为会员登录前与登录后的页面，会员在登录前后享有权限不同，登录前只可浏览，不可交易，而在登录后可以发布卖书信息，还可以查询图书详细信息并购买.

最新上架:推荐会员刚发布的具有购买价值的书籍，可引起会员兴趣，促成交易.也可以帮助周围书店发布新书信息，增加网站浏览次数.

图书分类:在网站的指导下卖家对其上传的图书进行分类，便于数据储存和信息查找.网站管理员可对分类进行管理，修改不正确的图书分类.

我是卖家:用户点击这里进入图书信息上传页面，在网站的指导下自己上传图书的有关信息，包括图书的质量、出版单位、缺页情况以及图书分类，否则继续浏览图书信息或购买.

前台:在这里用户可以对个人信息进行管理，并对其进行查看或修改.管理购物车信息，在确定购买时认真填写订单信息以及收货人的具体地址或联系方式.

后台:在后台管理员对数据库的信息进行维护，删除非法的图书信息，修改不正确的图书分类.管理会员信息，当会员交易达到一定的数量时，可考虑予以升级，并给与一定的优惠.管理留言信息，阻止非法的信息进入，删除过期信息，对会员的一些合理要求进行及时的处理.在后台网站最高管理员可以删除或添加具有一定权限的管理员，并对这些管理员进行严密的权限管理.

4. 网站推广策划

我们可以与学校的一些学生机构进行合作，来提升知名度及形象，例如和学生会学习部合作的读书活动及和一些部门合作的西部赠书活动等等.

我们在作好网站以后，后期的推广宣传工作也不可忽略，主要的可以从以下几个方面来宣传.

1)、传统媒体:广播、报纸、电视都是很好的方法.现在我们已经看到很多在传统媒体中的商家广告，就是以网址为广告内容的主体.由于我们面对的主要是华大学生，我们可以在华广、华新作充分的广告.同时，我们所有的印刷品，包括名片，都是宣传网址的良好介质;

2)、因特网本身的方法:诸如导航台、新闻组、电子邮件群组、图标广告、分类广告等等，都是宣传网址的好方法.提高网站在导航站点的排名、banner广告、有技巧得利用bbs、新闻组都是获取潜在用户注意力的手段. 充分利用网页的交互性，增强与客户之间的联系，及时得到客户的反馈信息，了解客户的需求，不断的改进网站，提高整个网站的信誉;

3)、与其他网站友情链接，即可提升网站的知名度，又可以增加在线浏览人数和会员数量;

4)、一食门前的广告栏;

5)、与华大附近书店联合做活动，提供大量优惠券，吸引会员参加.为书店发布新书信息，互惠互利.

5、网站开发环境搭建

系统开发工具:asp，html，flash，word，sql server 20xx，fireworks;

系统使用环境:windows nt 作业环境，500 mb 以上 hard disk 空间，ie 5.0 以上的浏览器以800 ( 600 的画面观赏.

四、网站的运作流程图

网站的运作流程图能够更好的显示网站信息传递模式，更好的了解网站的功能.有如下几个模块:

1、买家用户模块:(见图1)

图1:买者运作流程

2、卖家用户模块:(见图2)

图2:卖者运作流程

3、管理者模块:(见图3)

图3:管理者的运作流程

4、购物车模块:(见图4)

图4:购物车功能介绍

五、项目进度估计表

1 2 3 4 5 6 7 8

项目启动及计划

需求分析(消费者)

需求分析(提供者)

网站设计及建设

项目监控及管理

六、网站成本预算

网站建设的费用包括硬件与软件费用，硬件包括域名费用(国际中文域名320元/年)、虚拟主机费用、邮箱费用(选择组合套餐windows经济型网站+m20型100m邮箱=600元/年)，个人电脑两台(1万元).在网络维护方面，我们大家将向一些大学在校的学生提供一些实践的机会，以减少一些网站的维护费用.

七、技术维护说明

网站运营维护，在网站进入运行之后，将利用网站的特点，将这一部分的工作交给学生，向学生提供网站维护的实践机会.同时节省网站的运营维护成本.网站更新是网站维护的主要内容.其主要的内容包括:

硬件、网络系统的维护.主要任务是确保网站的正常运行，能够被正常的访问.

新书的推荐和广告的发布.特别是首页的广告和新书不仅仅是要保持它的实时性和有吸引性，更要保持它的艺术性和可观赏性.

会员和上传书籍的维护.网站的管理员要对会员和上传书籍的实时性进行维护，删除一些过时的信息.

八、保密技术

由于本网站的数据存在大量的用户个人信息，因此网站的保密技术和制度非常重要.首先必须加强网站管理人员保密的意识.个人的信息只用于交易时的联系，我们大家将向那些向我们大家提供个人信息的会员郑重承诺决不会将会员的个人信息出售、临时出租或长期租借给他人.也不会将会员的个人信息与第三方共享.会员的联系方式主要功能用于交易时的联系.为保护会员提供给我们的信息，为了防止未经授权者访问和防止泄密，同时也为了维护数据正确无误以及确保合理使用信息，我们将采取相应的物理和管理措施来保护我们所收集的信息.保密的措施主要包括:

1、设备保密

所有网络设备从物理上都有严格的安全保密措施，以确保系统环境及物理上的安全性.

2、系统保密

本站所有数据采用数据加密技术，以确保从技术层面保证个人信息的安全.操作系统安全是第一层，此外本网站还利用专业安全软件控制系统安全.

3、应用层保密

数据库保密是我们应用保密的基础所在，所有进入数据库的数据全部经过加密，访问数据库要经过严格的审核与控制，防止非法入侵者进入系统.

附:二手图书市场调查问卷

1、您对二手图书市场有兴趣吗? ( )

a.有b.没有 c.从未考虑过此问题

2、您认为旧图书市场在以下哪个方面是最有价值可言的? ( )

a.提高教材利用率 b.价格低廉 c.方便购买稀有图书 d.绝色环保

3、在旧书店，您一般是买哪一类的书籍? ( )

a.计算机类 b. 经济管理类 c.人物传记 d.专业教材 e. 其它

4、您希望得到什么样的二手图书购买服务? ( )

a.在店里销售 b.网上订购 c.电话订购 d.上门推销 e.其它

5、您对旧书店感到最不舒服的是哪一点? ( )

a.旧书放置不合理 b.旧书分类不准确 c.缺乏旧书信息查询

d.旧书折扣不透明 e.其它

6、您认为一本旧教材，卖多少钱是最为合理的? ( )

a.1-2折b.2-4折c.4-6折d.7-8折7、如果您是旧书书店老板，您会最重视向消费者提供什么的服务? ( )

a.实时旧书库存信息查询 b.透明的旧书定价规购服务

c.电话短信预购服务 d.送书上门服务

8、您认为下列哪种旧教材其破损程度较低? ( )

a.思想教育课程教材 b.文科生教材 c.理科生教材 d. 基础课程教材

9、国外大学有教材回收制度，学生用完教材后可根据书的损坏程度折价卖给学校.你认为我们是否需要建立这种制度?

a.很有必要 b.没有必要 c.可有可无 d.视各学校而定

10、你觉得开展二手书网站如何?

a、很好 b、不好 c、无所谓

11、如果有这样的网站，你会去发布买、卖书籍信息吗?

a、肯定会去 b、实在急着用时才去发信息

c、不去，到广告栏贴 d、肯定不去

12、您所在年级( )

a、大一 b、大二 c、大三 d、大四 e、研究生

**网络营销策划书目录篇四**

现在旅游公司不仅仅是在现实中扩大宣传，在网络上上扩大宣传也是一项非常重要的营销策略。随着时代的不断进步，喜欢上网的人越来越多，他们在网络中获得知识的途径更加的有效丰富了，所以旅游行业网络营销成为很重要的公司宣传的一环。

旅游网络营销以it技术手段为基础，驱动了旅游营销发生彻底的变革。它集传媒与交易场所于一身，利用国际互联网进行旅游营销活动，因而赋予旅游营销组合以崭新的内涵。旅游企业和旅游目的地的旅游网络营销应推行下列营销组合策略：

1、旅游促销策略

旅游网络促销是充分发挥互联网互动式传播功能，借助丰富的网络传播方式进行旅游企业和产品以及旅游目的地形象的促销宣传。其主要做法：

(1)开展网络公关

组织网上旅游爱好者沙龙和旅游俱乐部，广纳会员，不断举行丰富多彩的网上联谊活动，吸引旅游者参与，宣传旅游企业文化和旅游产品，培养旅游爱好，以加深旅游者对旅游企业的印象，激发旅游者的消费欲望。

(2)网络广告促销

在网上进行广告促销主要有三种形式：一是直接发布各种规范的旅游企业与旅游产品信息，通过形、影、声、色等立体形象构成的旅游产品橱窗展现在上网客户的面前;二是以知识性、信息性、趣味性的卡通片促销。

(3)虚拟网游促销

吸引客户参加虚拟网上旅游，让客户通过网游感受旅游产品魅力，感受旅游企业的形象。

2、推行旅游产品形象策略

旅游产品的特点是其产销同地、主体无形，旅游者在购买前是触摸不到旅游产品实体的。旅游网络营销虽然不能改变旅游产品的这个本质属性，但是却能赋予旅游产品独特的形态——虚拟产品形象。因此，在旅游企业或旅游目的地的旅游网络营销中，首推旅游产品形象策略。

旅游产品形象策略是充分利用旅游网络的多媒体功能，将旅游产品的虚拟形象立体化、仿真化地在旅游网站上展示出来，可使旅游消费者在网络空间中看到旅游产品的形象，认识旅游产品的价值，甚至可以通过虚拟网络旅游感受旅游产品的魅力。

为了使旅游产品形象能够定位在旅游者的心中，应利用旅游网络的即时互动功能进行旅游产品的开发设计。具体做法是：在旅游网站上设置旅游者专栏，开辟“旅游者意见区”、“网上旅游咨询区”、“旅游自我设计区”等网页，通过这些网页了解旅游者的需求，征求旅游者对旅游产品的意见和建议，特别是旅游者对旅游产品的开发设计建议，从而开发设计出符合旅游者需要的旅游产品。

3、旅游产品价格公示策略

旅游产品价格的特点是其成本模糊性和价格集合性，旅游者在购买旅游产品前总是要通过比较来判断其合理性。旅游企业和旅游目的地的旅游网络营销应利用这些特点，推行旅游产品价格公示策略。

旅游产品价格公示策略是利用旅游网络的媒体功能和互动功能，将各个旅游企业的旅游产品价格和产品价格组合列表公示，使旅游消费者在旅游网络空间中同时看到大量同类旅游产品价格，认识旅游产品价格的合理所在，并可以通过互动调价拿到自己满意的购买价格。

在网上推行旅游产品价格公示策略的主要做法如下：一是提供各种旅游产品的系列价格表，这些价格表要标明产品组合，并分淡旺季节和供需变化公布价格调整表。二是开辟旅游产品组合调整价格区，供旅游者自由组合自己需要的旅游产品组合，并获得相应的产品价格。

4、旅游网络化渠道策略

旅游网络销售是旅游网络营销最具革命性的部分，它将旅游产品的虚拟化展示、虚拟化消费、旅游咨询、旅游订购集于一身，并在跨时空的状态下让旅游者与旅游产品销售商甚至旅游产品生产者坐在一起进行交易活动。在这个交易革命中，旅游中间商、代理商的地位受到巨大冲击，生产企业直销与产品零售商取得越来越大市场主动权。面对这场旅游营销革命，旅游企业和旅游目的地旅的游网络营销要推行旅游网络化渠道策略。

旅游网络化渠道策略是以大型专业旅游网站为营销中心，建立覆盖目标市场区域的网络化销售渠道，以便24小时向各种客户提供最近便的服务。推行旅游网络化渠道策略的主要做法是：在旅游企业和旅游目的地的国内三级和国际三级市场以及机会市场范围内，按照市场开发战略计划，逐步在国内外目标市场建立起服务于的销售代理网点。这些销售代理网点与所属旅游企业的专业网站建立起封闭式销售服务网络，并与银行建立起安全、高效的旅游卡票网上结算系统，从而保证旅游信息、产品销路、商品货路、资金结算等业务往来的畅通。

旅游网络营销战略策划重点

发展旅游网络营销是一个需要技术、资金和设备的巨型高科技工程，又是一个需要观念、人才、智慧的系统经济工程。无论是一个旅游企业还是一个旅游目的地，都要站在全球战略的高度充分认识旅游网络营销、抢占旅游网络信息市场的必要性和紧迫性，抓住发展旅游网络营销的战略重点，重拳出击，尽快建立起一套初具形态的旅游网络营销体系，缩短与世界发达地区和发达国家差距。

**网络营销策划书目录篇五**

目标人群的定位

青少年和成功人士以及专门买来用于送礼的人群 ， 对于青少年来说，大多都是秉持着炫耀或者张扬自我个性的目的购买zippo打火机的，而且零花钱限制他们购买的打火机价位大都限于几百块钱左右。上网也应该是很频繁的。

对于成功男士来说，应该是沉稳的类型。他们在乎的不在于外表而更多的是深刻的能够体现他们品位的东西，由于工作的关系所以上网应该不频繁。

网络营销实施方案

首先将网站的注册名设置成邮箱格式，用户可以通过自己的电子邮箱注册并登陆，参加许可邮件营销，邮件营销是快速、高效的营销方式，但应避免成为垃圾邮件广告发送者，参加可信任的许可邮件营销，向目标客户定期发送邮件广告，是有效的网站推广方式

再者在网络广告的投放方面也是必不可少，可以像耐克广告一样制作不同时期的网络创意广告，当然也包括将那些脍炙人口的zippo故事大做文章。

最后当然的进行的一个流程就是进行博客营销，通过百姓网，58同城网发布更多网络写手的征集广告，并可以结合最新的即时聊天手段，建立群，让更多的人参与到注水大军中来，不仅可以将人们业余时间利用起来，更多的是廉价的劳动力往往可以带来更多意想不到的收益，将外链和写文结合起来，并按劳力支付工资。这仅仅只是搜索引擎优化的一部分，但可以将这种对于百度，google表示友好的方式一旦做到融会贯通，你的知名度提高了，网站的访问量自然就提高了

网络营销目标

销售型网络营销目标销售型网络营销的目标主要是为代沟网店拓展销售网络，借助网上的交互性，直接性，实时性和全球性为顾客提供较为方便快捷的网上销售点。能够通过网络营销计划在网站发布1年后达到每天独立访问用户20\_\_人，启动资金约30000元，后期费用约20000元。

**网络营销策划书目录篇六**

在微信推广中，不仅要利用自己的微信公众平台，还有投放第三方微信渠道。原因很简单：自己的微信受众目标是有限的，而利用第三方不仅可以做推广，而且可以快速增加粉丝量，可以说是一举两得。

不过第三方平台，并不是免费使用的，而是花钱投放的费用，说白了就是买广告、买粉丝，更大的曝光活动范围。

首先，选择第三方渠道

1、需要结合自己的受众目标用户，找寻高质量的第三方渠道。例如：国内代购网站的目标人群是国外的华人、留学生，我们就必须找关于每个国家的华人微信平台，那里聚集着我们大量的潜在用户，反之国内平台并不是我们的选择。

2、了解选择的平台粉丝数量、男女比例、活跃度及微信阅读量的平均值多少，得到数据之后可以更利于我们选择平台把控效果。

其次，文案策划

文案是决定微信推广成败的重要因素之一，高质量的文案策划方案，更好的让用户参与进来，并且在推广过程中起到节点推广的效果，例如大量转发、评论等。

再次，效果跟踪

在投放开始后，需要实施的跟踪效果，例如：阅读量多少;流量导入多少，用户参与多少、转化率多少等一步步的数据监控分析。

最后，推广预算

推广预算的成本一般包括微信渠道广告投放为主，这里不需要更多的人员成本预算，因为我们是借助与第三方的平台发布推广，在人员成本上可以大大的减少不必要的开支。

**网络营销策划书目录篇七**

度知道是很容易排在同类网站的头顶的。所以，对于我们网络推广来说，百度知道推广是可亲的，它让我们很轻松的获得排名，并以第三者的口吻告诉用户，某某产品很牛逼，不买你就亏大啦!

牛逼的百度知道推广就像很夜里的萤火虫，总是能让你瞄准它。所以我们都喜欢用百度知道来推广，可是你在操作的时候是真的把百度知道推广的威武霸气发展到极致了么?你真的会百度知道推广么?多说无益，干货来起。

百度知道推广策划思维导图先来一个：

第一步：找出推广产品的关键词。寻找关键词的方法很多，这里推荐百度推广助手的关键词规划，因为这里面统计的都是用户搜索的词。

例子：我擅长做产品网络推广，我想通过网络来接单，帮助客户做产品的网络推广，那么我的客户可能会搜索“产品网络推广”关键词，那么我可以通过百度推广助手来拓展更多的搜索词。如下：

注：如果你是其他的业务，可以根据你行业的或者产品的关键词来拓展。

第二步：关键词分类，找出与你业务最相关的词，价值最大的词。

第三步：根据细分的关键词，写出相应的推广小短文。建议多写一些，最好不要重复。一定要把企业的优势特点，实力，荣誉等好的方面全展示出来。为了思维不混乱，可以做逻辑结构图。

我们优势：执行力好，创意好，擅长产品文案，擅长销售页面设计等

曾经案例：x企业合作过，xx企业关键词上首页等

…..

例子：如何做产品的网络推广?

产品网络推广方法很多的，但是一定不能盲目的来做，你最好找一个专业的团队或者公司咨询一下，我们是做家居饰品的，与一个网络推广实干家的团队合作过，执行力很不错的，给我们推广带来了不少的客户。建议你问问他们。纯手打哈，希望能帮助你。

第四步：根据具体的文案配上相应的图片，因为图文展示可提高浏览率哦!

例子：

做好以上四步，百度知道推广的策划和准备工作就完成了，接下来就是执行部分了。如何用我们的关键词来霸屏呢?如何批量做百度知道推广呢?

速度分享百度知道具体执行。

第一：百度知道账号准备。(此账号可以在淘宝买到，不需要自己申请)

第二：下载百度知道手机客户端。为什么用手机端呢?因为手机端最方便操作，也做容易存活。之前的做法就是在pc端用+多个浏览器战术，至于效果如何，大家自行测试哈。百度手机端每个账号可提问5个问题，然后换另外的账号来回答。切记不要贪多。

注意事项：

①每天做的量不要太多，贵在坚持。15个左右的百度知道最佳，每一个知道一定要做成精品。

②手机端回答问题，这里有一个注意点，当你在提问的时候一定要巧用标签，比如我的问题是与网络推广相关的，那么我的标签加的就是“网络推广”，这样的好处就是，在我们登陆另外的账号的时候能准确的找到我们自己的问题。

③关键词做的时候最好建立一个excle表，每天做了的词标记一下，这里有两个好处：第一是方便检查，不容易漏词，第二是方便之后的复查，可查看哪些关键词没有上首页，可补做。

**网络营销策划书目录篇八**

总的来说，网络推广就是网络营销的其中一个内容。网络营销偏重于营销层面，注重通过营销产生的实际效益，而网络推广则注重通过推广后给企业带来更大的知名度和影响力，常常表现为网站流量、访问量、注册量、世界排名等的上升。所以说，网络营销必须包括网络推广，这是其核心内容。

网络推广是以产品为核心的，没有哪个企业会花钱做无用功。从以因特网为主要载体的网络来说，它的主要工作内容就是建立网站，然后通过各种渠道给网民展示其产品。常见的推广方式是整体推广、百度推广、谷歌推广、搜狗推广、搜搜推广(cpc，cps，cpv，cpa)等。狭义地说，网络推广的载体是互联网，离开了互联网的推广就不算是网络推广。

网络推广的被推广对象范围很广，并不固定，包括企业、产品、政府及个人，等等。在20\_\_年，中国有93%的企业没有尝试过网络推广，而这一比例在有些发达国家只占16%，这说明中国的网络推广还处于萌芽阶段。目前政府正在鼓励“互联网+”的运营模式，所以中国的网络推广规模一定会越来越大的。

网络推广主要着重于“推广”二字，目的是利用各种网络推广方法，使产品尽可能让更多的人知道;而网络营销则重在“营销”二字，它更注重的是推广产生的经济效益。读者从这里就可以看出，网络营销的投入远远高于网络推广。网络推广的要求相对较低，甚至一个人也可以操作，比如论坛推广，推广人员只需要将帖子发布到指定论坛即可，而网络营销的要求就很高了，投入比较大，不是一两个人能够完成的，需要团队协作来完成。下面我将主要讲述网站推广的相关内容，让读者明白网络推广的运行模式。

1.要确定营销的出发点。也就是市场定位、竞争对手分析，以及客户需求究竟是什么，这些是每一个营销人员必须了解的选项，而且其中的具体知识只有经过实地考察以后才能得出结论。比如说你要弄明白产品或服务的特性，包括产品的种类、尺寸、颜色、原料、做工，等等，不同特质的产品会出现在不同的场合。酒仙网上销售的肯定是酒水，不会在卖酒的同时卖汽车，唯品会的主打则是“特卖”，所以上面的产品自然也是特卖产品。

2.做好seo，seo也就是搜索引擎优化(searchengineoptimization)，让消费者能够快速地找到你的网站，提高网站和产品的知名度和影响力，这些内容我将在下文单独列出来，详细讲述其中的要点，这里就不再赘述了。

3.竞价。这里说的竞价，是从如何利用网络赚钱的角度去考虑，而不是从一个广告主的角度去考虑。在这里，竞价成为一种商业模式，通过购买流量的方式进行盈利。之所以要这么做，是因为流量是网站生存的命脉，没人点击的网站是无法生存下去的，也起不到推广产品的效果。当前网络上有许多购买流量的网站，需要投入的资本也很低廉，1000个ip才几块钱。一般来说，网站竞价主要有两种展示方式，一种是靠搜索引擎进行展示，也就是常说的搜索竞价排名，或者是搜索广告;另一种是通过网站进行展示,可称为网络推广联盟,也就是常说的内容广告。

4.投放广告。与传统广告一样，互联网上的门户广告也是一种营销手段。这是花费很高的一种网络推广方式，同时也能带来最多的流量，一般来说，只有资本雄厚的站主才会使用此类方式。

5.视频营销。今年来，随着微电影的广泛传播，视频的数量和质量也在不断提升。一部精心打造的视频可以取得的效果是惊人的，它可以准确地传达出企业的精神，以及产品的特色，让消费者能够快速了解。

6.发送电子邮件。虽然看起来这是一种很古老的营销方式，但是它也是十分高效的，这也是为什么到现在仍然有许多企业热衷于给客户发送电子邮件的根本原因。发送电子邮件并不是毫无目的地狂轰滥炸，而是事先做好调查，对潜在的客户发送广告。

**网络营销策划书目录篇九**

一、公司简介

本公司以“与绿色同行，与自然为本”为企业宗旨，号召广大人民热爱大自然，保护大自然。

本公司以生产绿色产品为主(包括绿色食品，绿色日用品，等绿色系列品)，创建于xx年1月，产品一经推出就受到广大市民的好评，现在，本公司已创立了自己的品牌，产品畅销全国。

二、公司目标

1.财务目标今年(200x年)，力争销售收入达到1亿元，利润比上年番一番(达到3000万元)。

2.市场营销目标市场覆盖面扩展到国际，力图打造国际品牌。

三、市场营销策略

1、目标市场中高收入家庭。

2.产品定位质量最佳和多品种，外包装采用国际绿色包装的4r策略。

3.价格价格稍高于同类传统产品。

4.销售渠道重点放在大城市消费水平高的大商场，建立公司自己的销售渠道，以“绿色”为主。

5.销售人员对销售人员的招聘男女比例为2:1，建立自己的培训中心，对销售人员实行培训上岗，采用全国账户管理系统。

6.服务建立一流的服务水平，服务过程标准化，网络化。

7.广告前期开展一个大规模、高密集度、多方位、网络化的广告宣传活动。突出产品的特色，突出企业的形象并兼顾一定的医疗与环保知识。

8.促销在网上进行产品促销，节假日进行价格优惠，用考核销售人员销售业绩的方法，促使销售人员大力推销。

9.研究开发开发绿色资源，着重开发无公害、养护型产品。

10.营销研究调查消费者对此类产品的选择过程和产品的改进方案。

四、网络营销战略

经过精心策划，公司首次注册了二个国际顶级域名(和)，建立了中国“与绿色同行”网网站，在网站中全面介绍公司的销售产品业务和服务内容，详细介绍各种产品。紧接着逐步在搜狐、雅虎等著名搜索引擎中登记，并以网络广告为主，辅以报纸、电视、广播和印刷品广告，扩大在全国的影响，再结合网络通信，增加全国各地综合网站的友情连接。

五、网络营销的顾客服务

通过实施交互式营销策略，提供满意的顾客服务。主要工具有电子邮件、电子论坛，常见问题解答等。

六、管理：

(一)、网络营销战略的实施:

制定了良好的发展战略，接下来就需要有可行的推进计划保证其实施，我们可按下列步骤操作执行：

1.确定负责部门、人员、职能及营销预算:

网络营销属营销工作，一般由营销部门负责，在营销副总经理领导下工作。一般应设立专门部门或工作小组，成员由网络营销人员和网络技术人员组成，即使是工作初期考虑精简，也应保证有专人负责，工作初期调查、规划、协调、组织，任务繁重，兼职很难保证工作的完成。

2.专职网络营销人员职责应包括：

(1)综合公司各部门意见，制定网站构建计划，并领导实施网站建设。

(2)网站日常维护、监督及管理。

(3)网站推广计划的制定与实施。

(4)网上反馈信息管理。

(5)独立开展网上营销活动。

(6)对公司其他部门实施网上营销支持。

(7)网上信息资源收集及管理，对公司网络资源应用提供指导。

3.在网络营销费用方面我们将确保最大可能的节约，但我们仍需对可能的投入有所估计，我们的营销预算主要来自于：

(1)人员工资

(2)硬件费用：如计算机添置

(3)软件费用：如空间租用、网页制作、web程序开发、数据库开发

(4)其他：如上网费、网络广告费等

(二)、综合各部门意见，构建网站交互平台

公司网站作为网络营销的主要载体，其自身的好坏直接影响网络营销的水平，同时网站也并非仅为营销功能，还包括企业形象展示、客户服务、公司管理及文化建设、合作企业交流等等功能，只有在广泛集合公司各方面意见的前提下才能逐步建立起满足要求的网站平台。

构建网站应注意网站应有如下功能：

(1)信息丰富：信息量太低是目前公司网站的通病;

(2)美观与实用适度统一：以实用为主，兼顾视觉效果;

(3)功能强大：只有具备相应的功能，才能满足公司各部门要求。

(4)网站人性化：以客户角度出发而非以本企业为中心

(5)交互功能：力求增加访问者参与机会，实现在线交互。

(三)、制定网站推广方案并实施

具备了一个好的网站平台，接着应实行网站推广。网站推广的过程同时也是品牌及产品推广的过程。

1.制定网站推广计划应考虑的因素有：

(1)本公司产品的潜在用户范围;

(2)分清楚本公司产品的最终使用者、购买决策者及购买影响者各有何特点，他们的上网习惯如何;

(3)我们应该主要向谁做推广;

(4)我们以怎样的方式向其推广效果更佳;

(5)是否需借助传统媒体，如何借助;

(6)我们竞争对手的推广手段如何;

(7)如何保持较低的宣传成本。

2.我们可以借助的手段：

(1)搜索引擎登录;

(2)网站间交换连接;

(3)建立邮件列表，运用邮件推广;

(4)通过网上论坛、bbs进行宣传;

(5)通过新闻组进行宣传;

(6)在公司名片等对外资料中标明网址;

(7)在公司所有对外广告中添加网址宣传;

(8)借助传统媒体进行适当宣传。

六、网络营销效果评估及改进

网站推广之后我们的工作完成了一个阶段，我们将获得较多的网上反馈，借此我们应进行网络营销效果的初步评估，以使工作迈上一个新的台阶。

1.评估内容包括：

(1)公司网站建设是否成功，有哪些不足;

(2)网站推广是否有效;

(3)网上客户参与度如何?分析原因;

(4)潜在客户及现有客户对我网上营销的接受程度如何;

(5)公司对网上反馈信息的处理是否积极有效;

(6)公司各部门对网络营销的配合是否高效。

2.评估指标主要有：

网站访问人数、访问者来源地、访问频率、逗留时间、反馈信件数、反馈内容、所提意见等等。

网络营销的有效运用，将可对公司其他部门的运行产生积极影响，同时也影响到公司的整体运营管理。作为网络信息条件经营方式的探索，它将极大推动公司走向新经济的步伐。它将发挥如下作用：

促进公司内部信息化建设，加快企业电子商务准备，完善公司管理信息系统，提高公司管理的质量与效率，提高员工素质，培养电子商务人才。

这些变化将影响公司现有的生产组织形式、销售方式、开发方式、管理方式等等，推动公司进行经营方式的战略性转型。

**网络营销策划书目录篇十**

一、公司简介

本公司以“与绿色同行，以自然为本”为企业宗旨，号召广大消费者热爱大自然，保护环境，坚持可持续发展的战略，倡导低污染的生活方式。

本公司以生产绿色产品为主（包括绿色食品，绿色日用品等环保产品），企业创建于20xx年1月，产品一经推出市场就受到广大消费者的好评。时至今日，本公司已建立了自己的品牌，使产品畅销全国，并通过iso90001国际质量体系等多家国际组织的认证。

公司曾多次获得政府组织的表彰和奖励，并于近期计划投巨资引进国际领先的生产技术和设备，争取使产品早日走出国门，占领国际市场。公司已经初具规模，已跻身民营企业百强的行列，拥有多项具有自主知识产权的产品，能完全满足不同客户的需求。公司拥有完全属于自己的生产基地和原料供应地，并与多家科研机构建立了良好的合作关系，前景乐观，并计划于20xx年在香港股票交易市场成功上市，使自身业绩能再上一层楼。

二、公司目标

1、财务目标今年（200x年），力争销售收入达到1亿元，利润比上年番一番（达到3000万元）。

2、市场营销目标市场覆盖面扩展到国际，力图打造国际品牌。

三、市场营销的策略

1、目标市场中高收入家庭。

2、产品定位质量最佳和多品种，外包装采用国际绿色包装的4r策略。

3。价格价格稍高于同类传统产品。

4。销售渠道重点放在大城市消费水平高的大商场，建立公司自己的销售渠道，以“绿色”为主。

5。销售人员对销售人员的招聘男女比例为2：1，建立自己的培训中心，对销售人员实行培训上岗，采用全国账户管理系统。

6。服务建立一流的服务水平，服务过程标准化，网络化。

7。广告前期开展一个大规模、高密集度、多方位、网络化的广告宣传活动。突出产品的特色，突出企业的形象并兼顾一定的医疗与环保知识。

8。促销在网上进行产品促销，节假日进行价格优惠，用考核销售人员销售业绩的方法，促使销售人员大力推销。

9。研究开发开发绿色资源，着重开发无公害、养护型产品。

10。营销研究调查消费者对此类产品的选择过程和产品的改进方案。

四、网络营销的战略

经过精心的策划，公司首次注册了二个国际顶级域名，建立了中国“与绿色同行”网网站，在网站中全面介绍公司的销售产品业务和服务内容，详细介绍各种产品。紧接着逐步在搜狐、雅虎等著名搜索引擎中登记，并以网络广告为主，辅以报纸、电视、广播和印刷品广告，扩大在全国的影响，再结合网络通信，增加全国各地综合网站的友情连接。

五、网络营销的顾客服务

通过实施交互式营销的策略，提供满意的顾客服务。主要工具有电子邮件、电子论坛，常见问题解答等。

六、管理：

（一）、网络营销的战略的实施：

制定了良好的发展战略，接下来就需要有可行的推进计划保证其实施，我们可按下列步骤操作执行：

1、确定负责部门、人员、职能及营销预算：

网络营销属营销工作，一般由营销部门负责，在营销副总经理领导下工作。一般应设立专门部门或工作小组，成员由网络营销人员和网络技术人员组成，即使是工作初期考虑精简，也应保证有专人负责，工作初期调查、规划、协调、组织，任务繁重，兼职很难保证工作的完成。

2、专职网络营销人员职责应包括：

（1）综合公司各部门意见，制定网站构建计划，并领导实施网站建设。

（2）网站日常维护、监督及管理。

（3）网站推广计划的制定与实施。

（4）网上反馈信息管理。

（5）独立开展网上营销活动。

（6）对公司其他部门实施网上营销支持。

（7）网上信息资源收集及管理，对公司网络资源应用提供指导。

3。在网络营销费用方面我们将确保最大可能的节约，但我们仍需对可能的投入有所估计，我们的营销预算主要来自于：

（1）人员工资

（2）硬件费用：如计算机添置

（3）软件费用：如空间租用、网页制作、web程序开发、数据库开发

（4）其他：如上网费、网络广告费等

（二）、综合各部门意见，构建网站交互平台

公司网站作为网络营销的主要载体，其自身的好坏直接影响网络营销的水平，同时网站也并非仅为营销功能，还包括企企业形象展示、客户服务、公司管理及文化建设、合作企业交流等等功能，只有在广泛集合公司各方面意见的前提下才能逐步建立起满足要求的网站平台。

构建网站应注意网站应有如下功能：

（1）信息丰富：信息量太低是目前公司网站的通病；

（2）美观与实用适度统一：以实用为主，兼顾视觉效果；

（3）功能强大：只有具备相应的功能，才能满足公司各部门要求。

（4）网站人性化：以客户角度出发而非以本企业为中心

（5）交互功能：力求增加访问者参与机会，实现在线交互。

（三）、制定网站推广方案并实施

具备了一个好的网站平台，接着应实行网站推广。网站推广的过程同时也是品牌及产品推广的过程。

1、制定网站推广计划应考虑的因素有：

（1）本公司产品的潜在用户范围；

（2）分清楚本公司产品的最终使用者、购买决策者及购买影响者各有何特点，他们的上网习惯如何；   （3）我们应该主要向谁做推广；

（4）我们以怎样的方式向其推广效果更佳；

（5）是否需借助传统媒体，如何借助；

（6）我们竞争对手的推广手段如何；

（7）如何保持较低的宣传成本。

2、我们可以借助的手段：

（1）搜索引擎登录；

（2）网站间交换连接；

（3）建立邮件的列表，运用邮件的推广；

（4）通过网上论坛、bbs进行宣传；

（5）通过新闻组进行宣传；

（6）在公司名片等对外资料中标明网址；

（7）在公司所有对外广告中添加网址宣传；

（8）借助传统媒体进行适当宣传。

七、网络营销效果评估及改进

网站推广之后我们的工作完成了一个阶段，我们将获得较多的网上反馈，借此我们应进行网络营销效果的初步评估，以使工作迈上一个新的台阶。

1、评估内容包括：

（1）公司网站建设是否成功，有哪些不足；

（2）网站推广是否有效；

（3）网上客户参与度如何？分析原因；

（4）潜在客户及现有客户对我们网上营销的接受程度如何；

（5）公司对网上反馈信息的处理是否积极有效；

（6）公司各部门对网络营销的配合是否高效。

2、评估指标主要有：

网站访问人数、访问者来源地、访问频率、逗留时间、反馈信件数、反馈内容、所提意见等等。

网络营销的有效运用，将可对公司其他部门的运行产生积极影响，同时也影响到公司的整体运营管理。作为网络信息条件经营方式的探索，它将极大推动公司走向新经济的步伐。它将发挥如下作用：

促进公司内部信息化建设，加快企业电子商务准备，完善公司管理信息系统，提高公司管理的质量与效率，提高员工素质，培养电子商务人才。

**网络营销策划书目录篇十一**

(一)网店的建设

1.网店的制作。网店的设计应该简单精美，图文并茂。在有限的空间里，充分的展示本店商品的地方特色，吸引潜在客户的眼球。可以找专门设计网页的人员为自己设计整个网店的页面。

2.关于产品的描述。在客观实际描述的基础上，还要注重细节的描写。例如产品的形状、大小、味道等。特别的要突出产品的特色。以及产品可以用来送礼之类的功能。

3.网店上的文字。在法律许可的范围内可以发布一切有利于店主形象以及促进销售的产品信息、各种促销信息。

4.维护客户关系。可以在网店上建立一个客户讨论区。通过讨论区客户可以交流他们彼此的购物心得，而店主也可以通过讨论区了解客户的需要。

5.店铺名称是非常重要。商店名字不能太长，不能有不名符号。店铺名称无论在淘宝网、百度、google等都能被搜到，店铺名称的关键字安排是重中之重!店铺名称最多只能30个字，需要妥善安排。

6.网店分类。店铺的主营关键字要设置正确或者店铺类型要设置正确，例如可以放到家居和床品等与之相关分类的里面。增加客户的可浏览度。

(二)网店推广

1.通过qq购物群、淘宝旺旺群、qq群发软件、淘宝旺旺群发软件，来向我们自己的客户发布网店宝贝信息，及时的向他们传达各种优惠、促销活动。

2.利用邮件广告模式。不过在邮件的发送过程中，要注意标题吸引人、简单明了。

3.利用论坛、贴吧。可以通过论坛贴吧、特色产品论坛以及地方旅游等论坛来宣传产品，提高自己店铺的知名度

4.利用微博、微信。在微盛行的年代，通过注册微博，发表短小精悍的文章来介绍自己的产品及到网店。

8.利用当下实行的团购网及秒杀。达到宣传自己网店的目的。

三.后续工作

1.做好与客户沟通的工作。尽量做到有人联系，立马回复。

2.产品的包装精美。突出产品的地方特色。

3.对客亲切。服务热情。可以在客户购买的产品中，放入自己准备的精美礼物。

4.选择方便的物流。做到发货快速。

5.做好退货及售后的服务工作。

**网络营销策划书目录篇十二**

网络营销策划书是一个企业根据公司实际状况制定的未来某一时间段内，企业网络影响战略战术的策划方案，用以指导公司未来网络营销工作。网络营销策划书主要包括以下几个方面：公司简介、公司目标、市场营销策略、网络营销战略、网络营销的顾客服务、管理、网络营销效果评估及改进。

一、前言

(一)本案策划目的

(二)整体计划概念

二、网络营销环境分析

(一)市场环境分析

(二)企业形象分析

(三)产品分析

(四)竞争分析

(五)消费者分析

三、swot分析

(一)营销目标和战略重点

(二)产品和价格策略

(三)渠道和促销策略

1、门户网站的建立

2、网站推广(seo(搜索引擎优化)培训 )方案

(四)客户关系管理策略

四、网络营销方案

五、实施计划

六、费用预算

七、方案调整

一、前言

全球现正陷入internet的淘金热中，如何从internet找到商机?各行各业都使出浑身解数、yahoo与amazon的成功可以证明internet商机无限、虽然本业还未赚钱。但大量的到访人潮及具创意的行销方式，颠覆了传统营销渠道。小而美的企业也可能当主角了。也许你已经来不及成为现存产业的重要品牌、但是你绝对有机会成为网络上的知名品牌.

(一)本案策划目的

互联网(it培训 计算机培训 电脑培训 )已经越来越多的改变我们的生活，人们对电子商务(电子商务培训 )的注意力已经转变到如何将这些电子业务变成更便捷、模块化、个性化、更紧密集成的电子化服务，流程定制上来，即要实现“你在web上工作”到“web为你工作”这一重大转变。网络资源的利用程度已经可以很大地决定一个企业的生存与发展，高赛尔公司虽已有自己的门户网站，但企业的网络营销才刚刚起步，尚未形成一套完整的网络营销战略和方案，因而需要根据网络市场的特点和企业资源，策划出一套行之有效的网络行销计划，以期能使传统销售和网络销售有机地集合。

(二)整体计划概念

二、网络营销环境分析

营销环境，是指对企业的生存和发展产生影响的各种外部条件。营销环境是企业营销管理过程中不可控制的因素，企业经营的优劣成败，在于营销管理者能否顺应不断变化的营销环境。公司的市场营销环境是指在营销活动之外，能够影响营销部门发展并保持与目标顾客良好关系的能力的各种因素和力量。营销环境既能提供机遇，也可能造成威胁。成功的公司必须持续不断地观察与适应变化着的环境。

(一)市场环境分析

我国的黄金销售量从1982年的0.7吨增长到目前的大约140吨,从而使中国成为世界第三大黄金消费国,照此速度增长的话我国的黄金市场规模会发展得令人吃惊.据有关部门统计,世界上大约7,000人就拥有一家金店,而我国目前仅有8,000多家金店,即使仅以发达地区的2亿消费者计算，也才达到25,000人才有一家金店,在大城市仅有55%的居民拥有珠宝首饰,中小城市这一比例仅为23%,而东部的农村更少,仅达到17%.目前以及将来黄金礼品市场的增长动力主要来自婚庆需求，境外游客需求，还有赠品等.中国人由于受传统的影响，对黄金特别钟爱，除了购买项链，戒指，耳环，手链外，一些纯金小摆设比如磨砂或空心的生肖等饰物也颇受欢迎.但是最受欢迎的仍然是那些表面深度光处理过的首饰，含有建筑风和自由风格的抽象图样的款式仍旧受欢迎。在销售上，黄金名店和连锁点形式站主要地位，一些大的商场等也设有专柜，—这些方式都是传统的行销，在e化的当今时代似乎有点落伍。随着中国的入世，黄金市场也逐步走向开放，这更是给黄金行业的发展带来了生机，另外人民银行也对黄金报价改为每周一次，使黄金价格更贴国际行情。

(二)企业形象分析

1、公司简介

某金银公司是中国印钞造币总公司成都印钞公司与香港金银路有限公司合资成立的企业，亦是人民银行系统首家合资企业。成都印钞公司是集印钞、造纸、金银精炼和加工为一体的大型综合性企业，其金银精炼和加工能力处于国内领先地位，是国家黄金、白银精炼加工基地。香港金银路有限公司是从事有色金属、贵金属贸易及相关产品开发的上市公司。

某金银公司现已发展成为拥有高赛尔标准金条，金银制品创新制作、系列收藏珍品的设计开发及贵金属国际贸易于一身的综合性企业，市场已遍及全国、欧美、印度及东南亚地区。

2、我们的理念

公司信奉“创造市场，与伙伴分享”的经营理念，秉承“吾以精诚铸真金”的经营之道，与我们的股东、员工、客户、供应商齐心协力，精诚合作，开辟市场，共享利益。

3、我们的团队

公司启用“德才兼备，唯才是用”的人才机制，管理人员中拥有硕士、大学本科学历的占95%。引进优秀的海外留学管理人才，运用先进的管理系统，创建高效率的市场营销团队。

我们的荣誉

某金银公司致力于为社会创造价值，以真诚服务于社会，公司以优秀的业绩和规范的运作被评为成都市“优秀外商投资企业”、获得成都市高新区“纳税大户”的称号、成都市“双优”企业奖及出口创汇重点企业;由于公司坚持诚信经营的方针，在资信等级评级中被授予“aaa”级。

4、公司前景

随着中国经济与世界经济逐步接轨，中国黄金市场的稳步发展，某金银公司将在贵金属行业勇于创新、进取、诚信经营，为发展黄金投资市场，加快西部经济大开发，起到积极领先的作用，积极开拓高赛尔牌金条市场及金银制品，为进入中国黄金企业十强努力进取。

(三)产品分析

本公司金条买卖为西部黄金市场开辟了新的投资渠道;本公司可以利用自身的路透信息终端在第一时间为投资者获取准确的世界贵金属市场信息，方便快捷地提供黄金、白银等贵金属产品的投资理财咨询服务。

本公司引进国际先进的全套电铸工艺生产线，采用德国先进的工艺、原料、技术，具备国内一流的圆雕、浮雕纯金银制品的制作技术，工艺精湛。中国足协委托本公司制造20xx年“蓝带中国足协杯”金杯，而且由本公司制作的“四羊方尊”、“乐山大佛”等精品已被国家部委作为出访外交时的国礼赠品。

本金银制品制造优良、价格合理、信誉度高，可为客户提供全方位企业文化形象宣传方案，并量身定做、开发、设计高档纯金银工艺品、礼品、纪念品、收藏品、企业形象宣传品。

(四)竞争分析

按本公司的实力来看，在我国国内竞争者是很少的。但是，我们也不能粗心大意，一旦放松警惕就可以让别人有虚而入。我们先看一下一个竞争者的资料：

中宝戴梦得投资股份有限公司1999年6月成功地在上海证券交易所上市，20xx年通过国际资本运作与世界k金王国首饰制造商强强联合，将著名品牌“orop”引进中国市场，并已在国内注册了“orop”商标。中宝戴梦得获得了国内唯一对意大利首饰企业出料加工权。实现原料、技术、工艺、产品、品牌和市场优势组合。依托意大利国际领先的设备、技术和生产工艺，占领国内k金精品市场;运用“orop”品牌的设计优势和影响力，取得国际品牌中国市场的成功，依据国内巨大的市场需求，建立长期、稳定的产品发展体系。中宝戴梦的投资股份有限公司拥有代表欧洲文化艺术风格的国际品牌。具有起点高、国际化、专业化运作的特点，是中国珠宝上市公司进军国际市场、参与国际经济大循环的战略工程。

**网络营销策划书目录篇十三**

为公司产品作推广，无论是借助于传统媒体或是网络媒体，都是以促进销售、提高市场份额和提高产品知名度、企业知名度为目标。广告、公共关系、人员推销和促销则是销售促进/推广的四个方面。其中广告又是最常见的手段。传统的广告媒体包括报纸、杂志、广播、电视及户外广告媒体，但是随着信息时代的到来，网络很快成为新兴的广告媒体，大有取代传统媒体之势。

开端于二十世纪七十年代的信息时代，有人称之为人类的第三次工业革命，它正日益改变着人们的思维方式和生活方式，可以说人类进入了数字化生存年代。由于上个世纪九十年代中后期在国内的盛行发展，网络已经成为继电视、报纸之后的第三大媒体，在美国仅仅排在电视之后成为第二大媒体，如何利用这种低成本、高效快速、互动性强的网络媒体资源进行宣传、推广和营销，是摆在现代企业面前的新课题。

本文围绕网络传播方法，就如何进行本公司产品的网络推广展开讨论。

网络推广的方式：

1.建立公司网站

为本公司建立网站是网络推广的基础。本公司的网站一经建立，必须实现下列功能：

树立企业形象：网络营销的重要任务之一就是在互联网上建立并推广企业的品牌，无论是知名企业还是非知名企业都可以通过互联网快速树立企业整体形象。通过一系列的推广措施，达到顾客和公众对企业的认知和认可。在一定程度上说，网络品牌的价值甚至高于通过网络获得的直接收益。

信息发布：网站是一种信息载体，通过网站发布信息是网络营销的主要方法之一，同时，信息发布也是网络营销的基本职能。

销售促进：营销的基本目的是为增加销售提供帮助，网络营销也不例外，大部分网络营销方法都与直接或间接促进销售有关。

增进顾客关系：良好的顾客关系是网络营销取得成效的必要条件，通过网站的交互性、顾客参与等方式在开展顾客服务的同时，也增进了顾客关系。

网上调研：通过在线调查表或者电子邮件等方式，可以完成网上市场调研，相对传统市场调研，网上调研具有高效率、低成本的特点，因此，网上调研成为网络营销的主要职能之一。

公司网站一旦实现上述功能，下一步便是网址推广。因为网站所有功能的发挥都要以一定的访问量为基础，所以，网址推广是网络营销的核心工作。网址推广的常用方法有文字链及图片广告、搜索引擎结果文字链广告、搜索引擎竞价排名广告等。

2.文字链及图片广告：

文字链或图片广告，就是写一段话或制作一幅图片，将此段话或图片链接企业的网站后放置于各大门户网站的相应广告位。如果网民上网看到了并且点击，则可到企业的网站上浏览一番。这类广告的主要目的不是为了通过链接带来订单，而是保证自己的品牌在外时刻传播。这类文字链或图片广告都是收费的，而且收费较高。

3.搜索引擎结果文字链广告：

继微软之后，it产业神话的创造者无疑是搜索引擎网站，如谷歌和百度。网民通过使用搜索引擎，输入搜索关键词后就能找到自己想了解的内容。公司网站如果能够被比较知名的搜索引擎收录或链接，就会被查询相关信息的网民发现，从而被访问。

实际上搜索引擎结果链接广告，主要提供的是一种网络交易信息汇集平台，帮助大量企业在物料采购、销售环节延伸了传统的供应链接触范围，因而受到企业欢迎。

4.搜索引擎竞价排名广告：

通俗地来讲，“竞价排名”是指由用户为自己的网站或产品网页出资购买关键字排名，通过竞价排名服务提供商发布到国内主流搜索引擎前列的一种服务。这是按点击计费的一种服务。通过竞价排名，搜索结果的顺序将根据网民点击的多少由高到低排列，网民每点击一次，用户即支付一定的费用，同时奉行不点击不收费的原则。

5.免费注册会员发布广告：

个人与企业都可以通过免费注册成为其会员，会员可以在网站免费浏览和搜索各类信息，发布供求信息，与潜在顾客或供应商互相通信，发布公司介绍等功能。

6.传真营销：

传真营销是上海傲融软件技术有限公司整合互联网技术、图像技术、电信通信技术，利用完全知识产权的35fax软件而推出的网络传真服务。只要能上网就可以收发传真。只需要能够上网(宽带、拨号、无线上网均可)，即可通过登陆35fax网站(链接到登陆页面)开始使用。用户可以直接在电脑上递交电子文件,点击鼠标就可以将传真发送到对方传真机，

对公司进行网络推广的实施建议：

第一阶段：优化公司网站

本公司的网站能基本满足推广公司产品及发布信息的要求。在主页上方能看到公司介绍、产品中心、新闻中心、商务合作、集成社区和联系我们等搜索栏目，在主页下方左侧有产品检索栏，下方右侧分成集成动态、成功案例和产品展示等三个子栏目。网页结构明确，设计思路清晰。

但是这里有一个优化公司网站的建议：在主页下方右侧增加集成新闻这一子栏目。这样便于网民从主页直接链接到新闻中心，其内容应该是本公司的新闻，如近期公司得到了哪些新的订单、近期公司内部有哪些重大活动等，在网上发布这一类信息有助于网民了解更多的公司信息，拉近公司与网民之间的距离，提高公司的知名度和亲和力。

第二阶段：免费注册成为网站会员

选择阿里巴巴网站和百应网站，免费注册会员资格，免费发布供求信息和公司介绍。

如果上述免费广告效果不明显，我们得考虑下述付费广告。

第三阶段：在搜索引擎网站做公司网站的网址推广

在这里，第一步先做搜索引擎竞价排名广告，因为其广告费用直接与网民的点击次数挂钩，价格相对低一些。谷歌网站关键词搜索结果页面右侧罗列的搜索结果，和百度网站关键词搜索结果页面左侧罗列的搜索结果就属于这一类广告。

在谷歌网站发布这类广告，需要先指定关键词，并支付开户费50元，如预存1000-3000元则可免开户费并送150元;如预存3000-5000元则可免开户费并送500元。网民每点击一次，就从预存款中扣除一定的钱款，其数额因关键词的不同而不同，最低是每次点击0.08元。

在百度网站发布这类广告，也需要先指定关键词，并预存5600元，其中600元是服务费，5000元是预付款，网民每点击一次，就从5000元预付款中扣除一定的钱款，其数额因关键词的不同而不同，最低是每次点击0.3元。

**网络营销策划书目录篇十四**

网络营销策划就是以互联网为中心，根据企业的营销目标，以满足消费者的欲望和需求为核心，设计和规划产品、服务和创意、价格、渠道、促销。从而实现个人和组织的交换过程。络营销方案的策划，首先是明确策划的出发点和依据，即明确企业的网络营销目标，以及在特定的网络营销环境下企业所面临的优势、机会和威胁(即swot分析)。然后在确定策划的出发点和依据的基础上，对网络时常进行细分，选择网络营销的目标市场，进行网络营销定位。最后对各种具体的网络营销策略进行设计和集成。

要设计网络营销方案，首先就要明确或界定企业的任务和远景。任务和远景对企业的决策行为和经营活动起着鼓舞和指导作用。

企业的任务是企业所特有的，也包括了公司的总体目标、经营范围以及关于未来管理行动的总的指导方针。区别于其他公司的基本目的，它通常以任务报告书的形式确定下来。

任务和远景界定了企业的基本目标，而网络营销目标和计划的制定将以这些基本目标为指导。表述合理的网络营销目标，应当对具体的营销目的进行陈诉，如“利润比上年增长12%”，“品牌知名度达到50%”等等。网络营销目标还应详细说明达到这些成就的时间期限。

除了企业的任务、远景和目标之外，企业的资源和网络营销环境是影响网络营销策划的两大因素。作为一种战略策划工具，swot分析有助于公司经理以批评的眼光审时度势，正确评估公司完成其基本任务的可能性和现实性，而且有助于正确地设置网络营销目标并制定旨在充分利用网络营销机会、实现这些目标的网络营销计划。

为了更好地满足网上消费者的需求，增加企业在网上市场的竞争优势和获利机会，从事网络营销的企业必须做好网络营销定位。网络营销定位是网络营销策划的战略制高点，营销定位失误，必然全盘皆输。只有抓准定位才有利于网络营销总体战略的制定。

所说的平台，是指由人、设备、程序和活动规则的相互作用形成的能够完成的一定功能的系统。完整的网络营销活动需要五种基本的平台：信息平台、制造平台、交易平台、物流平台和服务平台。

这是网络营销策划中的主题部分他，它包括4p策略——网上产品策略的设计;网上价格策略的设计;网上价格渠道的设计;网上促销策略的设计。以及开展网络公共关系。

形成网络营销策划书面形式。

网络营销是以互联网络为媒体，以新的方式、方法和理念，通过一系列魅力网络营销策划，制定和实施营销活动，更有效的促成个人和组织交易活动实现的新型营销模式。它是企业整体营销战略的一个组成部分，是为实现企业总

网络营销体或者部分经营目标所进行的，以互联网为基本手段营造网上经营环境的各种活动。

网络营销概念的同义词包括：网上营销、互联网营销、在线营销、网路行销、口碑营销、网络事件营销、社会化媒体营销、微博营销等。这些词汇说的都是同一个意思，笼统地说，网络营销就是以互联网为主要手段开展的营销活动。搜索引擎优化只是网络营销中非常小的一个分支。

网络营销具有很强的实践性特征，从实践中发现网络营销的一般方法和规律，比空洞的理论讨论更有实际意义。因此，如何定义网络营销其实并不是最重要的，关键是要理解网络营销的真正意义和目的，也就是充分认识互联网这种新的营销环境，利用各种互联网工具为企业营销活动提供有效的支持。这也是为什么在网络营销研究必须重视网络营销实用方法的原因。

1、网络营销方案注重体现产品创新性。

所谓的早起的鸟有食吃，抢占先机的企业在起跑点上就占据优势，当然不是时间早就成功，除了企业自身实力之外，天时地利人和缺一不可。我们在网络营销方案上一定要考虑创新性给人眼前一亮的感觉。

2、网络营销方案注重营销方式的新奇性，且有创意。

现在是眼球时代，如何通过网络营销方案的特色性的推广方式吸引客户的眼球才是王道，无论是新闻还是活动我们都要向娱乐活动学习，娱乐活动的很多策划方法都是相当有创意的值得我们的企业学习。

3、网络营销方案注重前期的准备。

网络营销策划是网络营销的前期但是我们不能说网络营销策划就是网络营销最前端的工作。它最前端的工作应该是市场调研和结合公司实际情况的一个定位过程，我们的企业不要在做网络营销策划的时候就忘记了市场调研，结果做出来的方案根本没法运作。

4、网络营销方案要注重机遇的把握。

机会转瞬即逝，能借助时事通过网络成功营销的企业才是商业社会的营销高手。这就需要我们的企业网络营销策划人员具有高度的市场敏锐度，抓住机遇及时调整。随着越来越多的中小企业涉足网络营销，势必会对传统营销造成不小的冲击。

在网络化信息时代，只有充分了解和懂得网络营销，才会有资格参与激烈的商战中，网络营销方案的制订是参与网络营销的灵魂，正如王天星先生所说:在参与网络营销的过程中，网络营销的方案就是一个球队的技战术打法，没有它就无胜利可言。由此可见，网络营销方案的制定就是公司、企业在应对商战中的对策和决定，它的重要性是不言而喻的。

**网络营销策划书目录篇十五**

一、公司简介

本公司以“与绿色同行，与自然为本”为企业宗旨，号召广大人民热爱大自然，保护大自然。

本公司以生产绿色产品为主(包括绿色食品，绿色日用品，等绿色系列品)，创建于xx年1月，产品一经推出就受到广大市民的好评，现在，本公司已创立了自己的品牌，产品畅销全国。

二、公司目标

1.财务目标今年(200x年)，力争销售收入达到1亿元，利润比上年番一番(达到3000万元)。

2.市场营销目标市场覆盖面扩展到国际，力图打造国际品牌。

三、市场营销策略

1、目标市场中高收入家庭。

2.产品定位质量最佳和多品种，外包装采用国际绿色包装的4r策略。

3.价格价格稍高于同类传统产品。

4.销售渠道重点放在大城市消费水平高的大商场，建立公司自己的销售渠道，以“绿色”为主。

5.销售人员对销售人员的招聘男女比例为2:1，建立自己的培训中心，对销售人员实行培训上岗，采用全国账户管理系统。

6.服务建立一流的服务水平，服务过程标准化，网络化。

7.广告前期开展一个大规模、高密集度、多方位、网络化的广告宣传活动。突出产品的特色，突出企业的形象并兼顾一定的医疗与环保知识。

8.促销在网上进行产品促销，节假日进行价格优惠，用考核销售人员销售业绩的方法，促使销售人员大力推销。

9.研究开发开发绿色资源，着重开发无公害、养护型产品。

10.营销研究调查消费者对此类产品的选择过程和产品的改进方案。

四、网络营销战略

经过精心策划，公司首次注册了二个国际顶级域名，建立了中国“与绿色同行”网网站，在网站中全面介绍公司的销售产品业务和服务内容，详细介绍各种产品。紧接着逐步在搜狐、雅虎等著名搜索引擎中登记，并以网络广告为主，辅以报纸、电视、广播和印刷品广告，扩大在全国的影响，再结合网络通信，增加全国各地综合网站的友情连接。

五、网络营销的顾客服务

通过实施交互式营销策略，提供满意的顾客服务。主要工具有电子邮件、电子论坛，常见问题解答等。

六、管理：

(一)、网络营销战略的实施:

制定了良好的发展战略，接下来就需要有可行的推进计划保证其实施，我们可按下列步骤操作执行：

1.确定负责部门、人员、职能及营销预算:

网络营销属营销工作，一般由营销部门负责，在营销副总经理领导下工作。一般应设立专门部门或工作小组，成员由网络营销人员和网络技术人员组成，即使是工作初期考虑精简，也应保证有专人负责，工作初期调查、规划、协调、组织，任务繁重，兼职很难保证工作的完成。

2.专职网络营销人员职责应包括：

(1)综合公司各部门意见，制定网站构建计划，并领导实施网站建设。

(2)网站日常维护、监督及管理。

(3)网站推广计划的制定与实施。

(4)网上反馈信息管理。

(5)独立开展网上营销活动。

(6)对公司其他部门实施网上营销支持。

(7)网上信息资源收集及管理，对公司网络资源应用提供指导。

3.在网络营销费用方面我们将确保最大可能的节约，但我们仍需对可能的投入有所估计，我们的营销预算主要来自于：

(1)人员工资

(2)硬件费用：如计算机添置

(3)软件费用：如空间租用、网页制作、web程序开发、数据库开发

(4)其他：如上网费、网络广告费等

(二)、综合各部门意见，构建网站交互平台

公司网站作为网络营销的主要载体，其自身的好坏直接影响网络营销的水平，同时网站也并非仅为营销功能，还包括企业形象展示、客户服务、公司管理及文化建设、合作企业交流等等功能，只有在广泛集合公司各方面意见的前提下才能逐步建立起满足要求的网站平台。

构建网站应注意网站应有如下功能：

(1)信息丰富：信息量太低是目前公司网站的通病;

(2)美观与实用适度统一：以实用为主，兼顾视觉效果;

(3)功能强大：只有具备相应的功能，才能满足公司各部门要求。

(4)网站人性化：以客户角度出发而非以本企业为中心

(5)交互功能：力求增加访问者参与机会，实现在线交互。

(三)、制定网站推广方案并实施

具备了一个好的网站平台，接着应实行网站推广。网站推广的过程同时也是品牌及产品推广的过程。

1.制定网站推广计划应考虑的因素有：

(1)本公司产品的潜在用户范围;

(2)分清楚本公司产品的最终使用者、购买决策者及购买影响者各有何特点，他们的上网习惯如何;

(3)我们应该主要向谁做推广;

(4)我们以怎样的方式向其推广效果更佳;

(5)是否需借助传统媒体，如何借助;

(6)我们竞争对手的推广手段如何;

(7)如何保持较低的宣传成本。

2.我们可以借助的手段：

(1)搜索引擎登录;

(2)网站间交换连接;

(3)建立邮件列表，运用邮件推广;

(4)通过网上论坛、bbs进行宣传;

(5)通过新闻组进行宣传;

(6)在公司名片等对外资料中标明网址;

(7)在公司所有对外广告中添加网址宣传;

(8)借助传统媒体进行适当宣传。

六、网络营销效果评估及改进

网站推广之后我们的工作完成了一个阶段，我们将获得较多的网上反馈，借此我们应进行网络营销效果的初步评估，以使工作迈上一个新的台阶。

1.评估内容包括：

(1)公司网站建设是否成功，有哪些不足;

(2)网站推广是否有效;

(3)网上客户参与度如何?分析原因;

(4)潜在客户及现有客户对我网上营销的接受程度如何;

(5)公司对网上反馈信息的处理是否积极有效;

(6)公司各部门对网络营销的配合是否高效。

2.评估指标主要有：

网站访问人数、访问者来源地、访问频率、逗留时间、反馈信件数、反馈内容、所提意见等等。

网络营销的有效运用，将可对公司其他部门的运行产生积极影响，同时也影响到公司的整体运营管理。作为网络信息条件经营方式的探索，它将极大推动公司走向新经济的步伐。它将发挥如下作用：

促进公司内部信息化建设，加快企业电子商务准备，完善公司管理信息系统，提高公司管理的质量与效率，提高员工素质，培养电子商务人才。

这些变化将影响公司现有的生产组织形式、销售方式、开发方式、管理方式等等，推动公司进行经营方式的战略性转型。

**网络营销策划书目录篇十六**

一、网络营销环境分析

当前，我国饲料添加剂行业的整体网络营销水平还处于初级阶段，究其原因还是大部分企业对饲料添加剂网络营销项目没有一个系统性、策略性的认识，没有做好项目的整体前期规划，纵观国内整个饲料添加剂行业，饲料添加剂企业网络营销的效果还是有很大的提升空间。

在国内很少人知道厦门美尔吉生物科技有限公司，当然对它的产品也就知之甚少。根据这一存在的主要问题我们实施网络营销方案,最根本的目的就是对企业进行网络宣传!在短期内(大概一个月)建立一个全新的网站并迅速投以使用，用一年的时间将企业网站知名度提高到国内同行业前几名，并最终提高企业的销售业绩。

战略重点：以网络为重点辅以其他相关媒介进行广告宣传、拓展市场，为产品准确定位，突出企业形象和产品特色，采取差异化的网络营销竞争策略。

二、网络营销盈利模式

(一)营销目标

1、项目意义

借助网络迅速提升贵公司在国内饲料行业的品牌知名度，提升网站流量，进而提高流量转化率，促进销售业绩的增长。

借助网络迅速为招代理商提供足够的意向客户。

借助网络迅速获取饲料添加剂主要采购公司的客户资料。

最终销售需要靠线下。

2、整体思路

针对采购客户和代理客户这两大类群体策划建设一个营销型网站。

立足搜索引擎采取竞价和seo两种方式守住目标群体的网络必经渠道。辅助以行业网站、论坛、群等相关性网络圈子，向目标群体主动传播。

3、目标客户

饲料添加剂企业处于饲料工业产业链的上游末端，饲料添加剂企业客户构成多数是饲料生产厂、大型养殖公司、省市一级的大经销商和中小型养殖户。

4、产品定位

保健促增长，安全绿色环保。

(二)渠道策略

饲料添加剂鉴于在国内网上在线销售并不理想，且饲料添加剂的在线支付额大，对网络的安全要求高，消费者大都还是喜欢以传统的方式购买的具体情况，我们将策略的重点放在建立一个宣传官方网站以及网站的推广促销上。

1、业务流程

网站规划建设->网站推广->目标客户获取信息->访问网站->网上或电话咨询->线下约谈->成交->售后服务->转介绍

网络只是为客户提供初步沟通，筛选客户的同时顺利入围客户的选择名单，并获取客户资料，线下约谈更为重要。

2、网站内容策划

网站主要由7个部分组成，分别是：网站首页、公司概况、产品中心、技术中心、行业动态、客服中心、联系我们。

网站首页——公司概况、行业动态、产品中心、技术中心

公司概况——公司简介、管理层介绍、组织机构图、企业文化(企业战略、经营理念、荣誉表彰)、联系方式、各种关联网站链接、招聘与培训(招聘信息、培训、人力资源信箱)

产品中心——产品特色、产品成分、产品功效、价格介绍

技术中心——生产设备、技术人员

行业动态——综合财经、饲料添加剂市场、网站通告、行业专题、行情分析、专业评论客服中心——用户注册及权限赋予、回音栏(咨询与解答)、投诉与建议、总经理邮箱、联系我们。

联系我们——公司名称、公司地址、联系电话、传真、邮箱、网址

(三)400电话(由贵公司完成)

400电话可以提升企业形象、提高广告效果、增加信任度、加强客户满意度、避免流失客户资源、是800免费电话升级版，已经成了众多企业公司必备的营销工具之一。

400电话要在网站建成之前申请成功。

三、网站推广策略

采取针对性网络传播推广。目标：让行业遍布公司产品信息，一有需求马上能想到贵公司。主要网络推广传播策略如下：

1、百度

百度竞价投放、seo优化自然排名、百度知道、百度贴吧、百度百科等。

2、行业网站

饲料添加剂类及相关网站、社区论坛等。

3、新闻门户

在新浪、网易、搜狐、腾讯等门户站投放新闻，树立品牌形象的同时抢占百度首页入口。

4、b2b平台

在阿里、慧聪网等大小b2b平台做推广。

5、其他辅助

通过其他如论坛、分类信息、批发类网站平台等做常规日常推广。

四、网站推广效果评估

网站上线运营3个月后，初步预计能做到日ip400以上，日咨询20人次以上。而最终能否成交主要看线下沟通，这目前没法测算。但是根据我们以前项目经验来看，日咨询20人，那肯定至少有50%既10人留下联系方式。也就是说在6个月后，网站每天可以积累10个深度意向客户，每月就是200多个。

同时，不管是代理批发还是采购，成交数额都比较大，所以最终成交相对也慢一些。

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找