# 2024年网络销售工作计划书(二十一篇)

来源：网络 作者：梦回唐朝 更新时间：2024-09-05

*光阴的迅速，一眨眼就过去了，成绩已属于过去，新一轮的工作即将来临，写好计划才不会让我们努力的时候迷失方向哦。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的计划吗？下面是小编带来的优秀计划范文，希望大家能够喜欢!网络销售工作计划书篇一新老客户的维护与服...*

光阴的迅速，一眨眼就过去了，成绩已属于过去，新一轮的工作即将来临，写好计划才不会让我们努力的时候迷失方向哦。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的计划吗？下面是小编带来的优秀计划范文，希望大家能够喜欢!

**网络销售工作计划书篇一**

新老客户的维护与服务

客户的维护显得至关重要。能够解决用户的问题的销售者才是成功的，立足于中户，那么才能处在不败之地。

1.对于老客户，和固定客户，要经常保持联系，平常要经常打电话和在qq上联系。在有时间有条件的情况下，送一些小礼物或宴请客户，好稳定与客户关系。

2.对所有客户的工作态度都要一样，加强产品质量和服务意识,及时处理客户反映的产品质量及其它问题,及时更新产品资料并抓好sgs和rohs报告，为公司树立更好的形象,让客户相信我们的公司实力，才能更好的和客户合作。

3. 和公司其他同事要有良好的沟通，有团队意识，多交流，多探讨，才能不断增长业务技能。

20--产品在网络推广的计划：

经过对本公司网站上产品品名的了解，发现搜索排名前20位的工业胶带类的一个都没有，包装胶带类的只有2-3个上榜。另外，像铝箔胶带、醋酸布胶带、防滑胶带(地板胶带)等常卖的产品，既然在旺铺和公司网站上都没有搜索到。而这三种产品在胶带搜索排名前20位中榜上有名。所以在以后的工作中，新增的产品要及时上传旺铺或公司的网站上，对网站进行搜索优化及产品关键词优化。

推广网络的目的是为了销售，销售是重要环节。俗话说，没有卖不出去的产品，只有不会说话的销售者。网络销售现在是一个发展的不可抵挡的洪流，电子商务发展的时代，必须有适合自己企业的发展规划，树立企业的良好的形象，这时候就需要在网络上做推广。网络的竞争也开始越来越激烈。每年总有大量的网站下架，同时有一批新的网站更新上去，这就需要对网站的各个方面进行有效的规划。

我经过这段时间的学习和研究，对网站推广和品牌宣传提高网站访问量，树立品牌形象，计划需要做以下工作：

1.客户来源分析

分析网站访问者的访问来源、访问时间、访问内容等访问信息，加以系统分析，进而总结出访问者访问来源、爱好趋向、访问习惯等一些共性数据，为网站的下一步发展做及时调整。

2. b2b 平台推广

b2b电子商务平台是我们现在常用的平台。在这些平台发信息能够直接实现用户与公司产品的对接，实现宣传和销售的目的。通过注册各种b2b和b2c商务平台进行推广(慧聪，阿里、中国胶带网等主要的行业)。在这些平台上发布供求信息，可以帮助我们找到更多的买家。目前网上买家通过供求信息来搜索的概率非常高，为了能取得更好的效果，供求信息的发布显得至关重要，所以说这一块不能放松。发信息时候，要注意用户的搜索习惯，这时候需要多看看百度指数，相关的关键字等等信息。

3.论坛营销

通过专业bbs论坛推广(慧聪论坛，相关建材产品论坛以及地方论坛)论坛的沟通，现在也开始显得至关重要，改变了传统的，我们写，用户看缺乏互动性弊端，论坛推广能够有效的留住客户。

4.微博推广

微博推广可以说是病毒式营销。病毒性营销是一种常用的网络营销方法，常用于进行网站推广、品牌推广等，病毒性营销利用的是用户口碑传播的原理，在互联网上，这种“口碑传播”更为方便，可以像病毒一样迅速蔓延，因此微博营销成为一种高效的信息传播方式，而且，由于这种传播是用户之间自发进行的，因此几乎是不需要费用的网络营销手段。现在发展最快的是微博，但是对于微博，我的认识还是比较少，需要再学习下。

5.利用百度旗下产品推广

我们主要做的市场，这时候就要学会全面的利用百度，百度贴吧，百度文库，百度知道，百度百科，百度空间等等之类。百度知道，少不了的是投票，这时候就要充分发挥人力资源，让自己的朋友多帮忙下，自然能够成为答案。

5.软文营销

新闻软文营销已经是现在医疗行业和整容行业常用的方式。我的下一步也会采用这种方案，实现初步的尝试。这对文章的质量要求较高而且来说比较有针对性，这点是需要投入相应的人力和精力。

6.博客营销

博客营销是一种相对不错的营销方式，目前我们公司未见有采用这种企业博客营销形式，个人计划注册新浪博客，天涯博客。同时加上在新浪博客上做的博客链轮。通过博客向用户传达最新有价值的公司的动态以及公司的信息，同时增加外链以及联系方式实现博客营销。

7. 视频营销

充分发挥目前的视频制作能力，到时候可以根据实际情况进行视频制作在优酷、土豆、酷六、六间房、腾讯视频、迅雷看看等进行发布，这个目前没有能力和技术，以后会慢慢研究。

销售目标

希望通过上面的网络推广方式，提高来自于网络的电话量，保证一天的电话量在10-20个之间，使网络效果转化为实际的销售，让公司的产品销售额有较大幅度的攀升。20--年须完成10万元以上的业绩指标，在20--年的基础上有新的提升。

**网络销售工作计划书篇二**

一、网络部日常工作：

1、网络主管日常工作：

1、检查一下公司网站的排名，收录和外链数。

2、检查一下公司网站的关键字列表，记录用户搜索到网站的关键字。

3、关注一下阅读网站网页比较多的用户ip来路，提醒推广人员注意。

4、分析前一天的网站数据报表，了解网站的访问量，访问人群熟悉，访问时间，及访问页面，想办法提高网站的客户粘度，提高网站的转化率。

5、针对搜索引擎优化的结构调整，首页和分类及产品页面关键词合理布局，每天检查并调整3-5个页面。

6、竞争对手关键词分析、客户搜索习惯分析、搜索量大但竞争小关键词分析。提供分析报告和出具相应说明，关键词数据库。

7、联系相关行业网站呼唤友情链接，寻找优质网站进行合作并购买关键词链接。

8、整理网盟推广账户，继续优化创意关键词，同时要去增加新词,否词。针对前一天消费高的关键词进行整理(质量度，匹配方式，排名，对应的创意，着陆页,推广单元状态)。

查看关键词的排名,查看上午消费情况(消费过高的关键词，匹配方式，排位，创意)。

9、分析前一天的推广账户数据，分析用户的上网习惯，找出用户的兴趣点，查找网站跳出率高的原因，重新调整网站的结构。

2、其他工作人员日常工作：

(注：美工、技术做完自己相关的工作之后，再配合推广人员完成以下工作任务)

上午：

8:30----9:30

1、每个网站上传两条新闻，不能完全照搬其他新闻，至少有些部分要求是原创。

2、免费空间上传新闻5条。

9:30----12:00

每天加2个，群的名字记下来，有最新优惠要及时发布。

百度贴吧、百度hi的维护升级，每天至少更新文章图片2条，访问别人的空间，空间互踩。(查看点击率)

百度知道的升级，回答别人2个以上问题，提问2个以上新问题，升级，解决待解决的问题，提升自己的采纳率。(查看知道积分和采纳率)

每天加1个百度群，群的名字记下来。(截图查看或查看群的名字)

下午：

13:30---14:00

1、新浪，搜狐、腾讯博客维护，更新文章至少2篇，博客互访，给2个以上的博客留言，增加自己的口碑和人气。标题和标签要带关键字。

2、增加互换链接，增加点击率高的外链，至少一个。

14:00----15:00

1、 大众点评网，增加评论，没一天换身份评论，每次凭五星，文字不能太少。

2、 论坛。(天涯、tom、21cn、西祠胡同等)

论坛发帖要找对板块，如果以作品形式发表，就可以随便发表。每天发表不少于两篇。本地论坛最好以客人身份发表文章，图片不能带logo和网址，见有人跟他可以悄悄话告知我们信息。 15:00----17:00

1、分类信息网站(赶集网，58同城等)在相对于板块发布分类信息广告。每天至少在五个分类信息网站上发布至少1条相关广告信息。

2、互换网站友情链接，要是网站质量相当的，每天至少1个。 17:00----18:00

1、 检查友情链接，看别人有没有删除我们的友情链接，他网站是不是打不开或者被降权，这些可以先通过软件看个大概，对于个别有疑虑的，再具体看下。

2、

3、

每日学习一个知识点(seo优化，网络推广) 做一下今天的工作总结及日报表的填写，以及明天简单的工作安排。如果还有时间就到社区互动或者分享内容。有时候是搜集下邮箱发邮件。

二、周工作：

每周提交一次网站数据分析报告。(网站收入量、关键词排名、友情链接数、展现量、访问量、转换量、转换率、平均转换价格)。

三、月工作：

每月对所做的工作进行总结，对人员进行考评，与上一个月的相关数据进行对比，总结经验，制定新的营销策略。

四、网站质量度目标计划：

1、3个月：所有网站改版完成，人员全部到位，网站访问量具有明显的提升，网站快照时间缩短到一天。

2、6个月：网站访问量不低于1000，网站的转换率不低于5%。 3、9个月：网站至少有三个关键词自然排名上升至搜索引擎首页，访问量不低于20xx。

4、12个月：访问量不低于3000。

五、网站年度目标五年计划：

六、网络部员工考核方案：

1、员工考核表：

2、考核细则说明：

基本工资：2500元/月，绩效工资1000/月。 薪资组成：a+b+c

a：业务水平，基本工资

b：执行力，50%绩效工资

c：行为指标，50%绩效工资

a>=160，基本工资全额发放，差一分扣10元。

例：a=150，应发金额=基本工资-(160-150)\*10 b>=90,全额发放，否则差一分扣5元。

例：b=85，应发金额=50%绩效工资-(90-85)\*5 c>=40, 全额发放，否则差一分扣10元。

例：c=35，应发金额=50%绩效工资-(40-35)\*10

3、员工考核评分标准：

以工时计分，平均一个小时的工作量计1分，具体工作内容参考细则如下：

一、 美工人员 1、 2、 3、 4、

网站首页页面设计：8分;

网站栏目页面及专题页面设计;4分; 网站最终页面设计：2分;

网站广告图片、logo、banner设计制作：(难度1：0.5分;难度2:1分;难度3:1.5分;难度4:2分)

5、易拉宝、宣传彩页设计：1-2分;(难度1：0.5分;难度

2:1分;难度3:1.5分;难度4:2分)

6、ppt制作。(难度1：0.5分;难度2:1分;难度3:1.5分;难度4:2分)

7、简单视频制作。1分。

8、网站各种logo图片的修改。(难度1：0.1分;难度2:0.2分;难度3:0.5分;难度4:1分)

二、 技术人员 1、 2、 3、 4、

网站首页设计开发：24分;

网站栏目页及专题设计开发：16分; 网站最终页面的设计开发：8分;

网站页面微调、代码优化、技术支持：1-4分;(难度1：1分;难度2:2分;难度3:3分;难度4:4分);

5、 网站功能开发，改进：8-16分。(难度1：4分;难度2:8分;难度3:12分;难度4:16分)。

三、 推广人员

1、网站平均每天至少上传5条新闻，每条计0.2分。(文章部分要求原创，不能照搬)。

2、每1个博客上传1条新闻，计0.1分，每个博客至少2条，每天至少更新5个博客。

每天给别人的博客留言，每个计0.1分，每天不少于5个。 3、百度贴吧、百度hi的维护升级，每更新文章图片1条计0.1，每天更新的百度贴吧、百度hi的数量不少于5个。

4、百度知道的提问回答，每回答别人提出的1个问题，计0.5分，每天不少于2个。每有1个自问自答计0.5分，每天不少于两个。

5、大众点评网，增加评论，每天换身份评论，每次凭五星，文字不能太少，每个评论计0.5分，每天至少1次点评。 6、论坛发帖，每个论坛发1片帖子计0.2分，每个论坛不少于1篇，每天不少于5个论坛。

7、分类信息网站(赶集网，58同城等)在相对于板块发布分类信息广告。每发一个计0.2分，每天至少在5个分类信息网站上发布至少1条相关广告信息。

8、互换网站友情链接，要是行业相关，网站质量相当的，每1个计1分，行业不相关，质量度不高的，每1个计0.5分，每天至少互换1个友情链接。

**网络销售工作计划书篇三**

在做搜索引擎计划之前，我们应该列一个表，里面包括搜索引擎里的所有任务，如自然搜索营销，付费搜索营销等。一个出色的搜索引擎计划是由很多不同的分支组成的，大致分为以下几个类别：

一，选择搜索营销策略。

有人需要去设置搜索营销策略。是请一个搜索营销代理公司?还是我们自己去做呢?我们需要把重心放在自然搜索还是付费搜索呢?又或者两者都要去做呢?预算从哪里来呢?我们通过什么方式来证明投资回报?所有这些问题必须有一个明确的答案。

二，确定搜索引擎目标

你想努力从哪个搜索引擎得到流量?这些搜索引擎都是全球性的，还是需要以不同国家的不同搜索引擎为目标?这个也是需要有一个明确的答案的。

三，管理竞价

如果你在使用付费搜索服务，你必须和竞争对手竞价，以得到付费搜索的排名。我们需要根据市场行情去及时调整竞价，这个也是需要有专人去管理的。

四，优化内容

如果做自然搜索，围绕改变网页的内容有很多重复性的工作-标题，描述以及你见到的其它的词-确认html被正确地编码和维护。每个网页需要某个人(而不是很多的“某些人”)被指定来维护内容。

五，开发技术

网站是以软件技术为基础的，即使你的网站只使用简单的aapche网络服务器来显示文件。当它们成长以后，很多站点开始使用更多的技术来展示网页，并提供其他的功能。从电子商务服务器到注册子系统到个性化技术。这些技术中的每一个都可以促进或者破坏你的自然搜索营销的努力，通过使它变得容易，困难或者阻止蜘蛛程序爬过你的站点。所有这些工作也是需要有人去跟开发沟通，以便确认开发的技术对搜索引擎是友好的。

六，确定标准

不同的站点技术标准是不一样的，关于html的标签怎样使用，或者什么样的url模式是可以被接受的，又或者哪种软件技术可以被使用。所有这些标准确定的依据是必须对搜索引擎友好，以便使自然搜索营销能够奏效。

七，选择搜索营销工具

搜索引擎营销，不同于别的营销，它需要专业化的工具来管理你的竞价，检查你的网站排名，分析你的网站，识别哪些站点链接到了你的网站，以及很多其它的功能。首先必须确定这些工具的需求，证明费用是值得的，选择最好的工具，并确认被正确地安装和使用。

八，报告标准评测的结果

这个月有多少访问者是从搜索引擎来到你的网站的，相比上个月是下降了还是上升了?哪些搜索请求看来是最热门的?哪些热门搜索请求不能在搜索引擎上发现我们的网页?有人必须被指定来跟踪报告这些评测标准。

从上面的任务列表可以看出，一个搜索销销计划所涉及到的部门和人员是比较多的，所有这些任务要完成，单纯靠一两个人是很难完成的，它需要一个团队的支持。这也是为什么搜索营销小公司做得比大公司要好了，因为小公司人员调配起来是比较灵活的，而大公司因为规章制度太多了，所以在很大程度上影响了整个团队的配合度。当然，说了这么多，也只是纸上谈兵，具体如何实施还需要我们在平时的工作，具体实践中具体安排了。

**网络销售工作计划书篇四**

一、找准平台

目前意向与篱笆网合作

二、加强学习

首先找一些装修行业店铺，看网站的经营状况和访问的人流量。

在工作之余，阅读网络销售、电子商务、市场销售及价格谈判方面的书籍，加强专业知识，掌握更多的业务技能，为将来的工作打好坚实的基础。

三、开展网络销售

第一阶段：网店的初级阶段，做好店铺的作品描述及店铺装修。

店铺装修风格与上级主管商讨，确定后店铺装修，开始营业

第二阶段：每天维护店铺，发现有客户预约及时处理。

新老客户的维护与服务

1、对于老客户，和固定客户，要经常保持联系，平常要经常打电话和在qq上联系，好稳定与客户关系。

2、对所有客户的工作态度都要一样，加强家装疑难解答和服务意识,及时处理客户反映的问题。

3、和公司其他同事要有良好的沟通，有团队意识，多交流，多探讨，才能不断增长业务技能。

第三阶段：网络推广的工作。

1、进行网络推广，论坛，微博，博客经常更新维护。

2、每天的店铺维护，新作品上传。

装修设计排名前四家

郎观设计：风格以现代简约、美式为主

设计收费：设计总监:200-260元/㎡，首席设计师：120元/㎡，资深设计师：80元/㎡

施工设计费打5-8折

半包：一般800-900元/㎡

设计师9个

卓帧linwei设计：风格以现代，美式为主

设计收费：主案设计师80-110元/㎡,首席设计师120-160元/㎡，总监设计师170-300元/㎡;两房、三房预收量房定金500元，复式以及别墅量房定金1000元，在签署设计合同后，量房定金从设计费中抵扣。

设计师5个

印堂精品设计装饰：风格以混搭、简约、现代美式为主

设计收费：主案设计师30/平方(不接受纯设计半包施工折后价)，资深设计师80元/㎡，首席设计师120元/㎡，大宅首席设计师200元/㎡(面积200㎡起)，设计总监300元/㎡

施工设计费打5-8折

半包：一般600-800元/㎡,中高端800-1000元/㎡

测量金：公寓200元，别墅复式500-800元

设计师14个

翰高融空间创意中心：风格以：新中式.新古典、现代美式、地中海，现代简约 设计收费：资深设计师70元/㎡，首席设计师90元/㎡,设计总监170元/㎡ 施工设计费打6.8折

半包;一般800-900元/㎡

测量费：500元

设计师10个

高端设计：(没有服务明星这一项，点击率低，热销指数低)

莱士设计注重细节和服务

风格以美式为核心，新美法古典、泰美、简约美式、美式新古典——以美式核心。 设计收费：600元/㎡，本地中低135㎡起，外地最低250㎡起。

第五区创意设计：图纸以a2尺寸

风格：现代、混搭、新古典。

设计收费：高级设计200元/㎡起，设计总监300元/㎡起

委托施工享8折

半包：一般800-1200元/㎡

云啊设计

风格：美式、法式、古典、现代。

设计收费报价：平层320元/㎡，复式及别墅：350-380元/㎡，异地设计400-480元/㎡ 纯软装设计：280元/㎡,商业空间设计：400元/㎡

施工设计费不打折

半包：1200-1500元/㎡

大胤设计

风格：古典，现代，美式法式。

设计收费：设计师280元/㎡，异地380元/㎡，软装180元/㎡设计费起价30000元 zoe(加拿大)780元/㎡承接面积300㎡以上。

总结：综合以上对比，普通装修点击率高，预约率也比较高，但是在里面做的装修公司比较多，而那些装修公司的价格都是比较低的，如果我们要在上面做的话，排名会很靠后，而高端设计更适合我们公司，但高端设计点击率和预约率没有普通设计高，目前只有4家设计公司在里面做，也不存在排名靠后了。

**网络销售工作计划书篇五**

一、 网络营销实施环境初步评估

我们在讨论是否实施及如何实施网络营销之前，必须对目前基本现状有一个清醒的认识，这是我们工作的前提。

1、企业实施网上营销有一定优势，主要体现在：

(1)企业产品为高技术产品。

(2)潜在用户主要为技术人员，其网络应用程度较高。

(3)产品销售范围广，国内市场乃至国际市场。

(4)同行业网络营销运用仍处初期，较强的网上竞争对手还未出现。

(5)本企业员工计算机及网络应用已具备良好水平。

另外，开展网络客户服务也有非常优势，理由：

(1)客户服务对企业至关重要，但服务地域广，任务重，成本高。

(2)客户服务属技术指导性质，如充分沟通可远距离完成。

2、 目前可能存在的不足：

(1)对网络营销认识程度还较低。未开展深入系统的研究，其应用对本企业及所在行业成长可能带来的影响还缺乏评估。

(2)尚未形成明确的网络营销工作思路，没有专业部门或专职经理承担责任整体实施。

(3)虽已建立起企业网站但由于其在表现形式、内容及资讯含量、网站功能、网站推广等地方有所不足，尚未发挥其应有的作用。

(4)现有的网站管理模式尚不完善，难以适应开展网络营销的规定。如：网站维护、更新方法，isp提供的服务等等。

(5)现行的网上反馈资讯管理是否高效应重新评估

3、结论：

1、 初步认为网络营销在企业具备可行性，有着良好的成长前景，运用得当可能为企业带来重大贡献，存在由此引发企业经营方法重大变革的可能。

2、本企业网络运用水平虽强于一般企业或同行，但领先程度有限，网络营销还处于准备阶段，还未正式起步。

保持清醒认识将有利于我们明确目标，改进不足，制定措施，快速推动。

二、企业网络营销战略拟定

制定网络营销战略需考虑的因素：

我们应该确立怎样的成长战略，以什么态度，以怎样的方法与速度推动其成长，需从下列因素考虑：

(1)从企业长远成长战略考虑

网络营销的采用，是在新的市场条件下发生的，说明企专业部与外部条件正在发生变化，能否适应这样的变化，尽可能迅速地制定对策，运用新的思维新的工具开展工作，这既关系到企业短期效益更深刻影响到企业的长期经营。

社会资讯化、企业资讯化、商务电子化，这已是公认的趋势，而网络营销正是这种变化在企业营销领域的运用，由于其相对电子商务而言更易实施，更快见效，所以优先得到了应用。网络营销的运用既是新的经营手段，同时也是企业进入网络资讯时代，开展电子商务的必要的积累与准备，其应用能力及水平直接影响企业新的条件下管理及经营的水平。

应当说，网络营销是否应被采用已不是一个可以讨论的问题，可供选择的只是如何去更好地适应，以怎样的态度与方法去适应。我认为快适应可赢得更多的空间，对企业有利。

本企业是一个技术型企业，企业核心价值在技术，时刻保持技术优势是成长的关键。但应看到，只有有效解决营销与客户服务，企业才可能有更多的精力与资源用于技术开发。

另外，从企业目前情况看，我们可否推断：当前影响企业更快成长的，其最主要障碍，是营销问题，正是此问题难以有效突破，成为了成长的瓶颈。传统办法成本高，效果缓慢。我们需要尝试新的营销手段。网络营销成为必然的选择。

(2)从企业竞争优势的获取考虑

我们的企业面临着激烈的竞争，市场条件下大多如此。能否保持竞争中的优势地位，有时甚至比企业的效益还重要。传统条件下，我们可以采取的方法极为有限，因为大家都在这么做，我们很难保证能比对手做的更好。正因如此每每出现竞争格局的大调整大多是诞生了新的技术或市场手段。

行业也是如此，本企业能在国内市场脱颖而出关键在技术，但既使在国内我们的技术优势也是有限的，更不必说与wto后即将全面进入中国的国际品牌。技术优势为我们赢得市场奠定了一定基础，但对于立志成为行业先锋的我们而言当然不应沾沾自喜，我们的市场分额还太小，还只是是个后起之秀，还未成为行专业强手。支撑我们继续赶超的仅\*技术优势是不够的，必须在营销上突破。传统的办法成本高、难度大，难以胜任。

网络营销手段的出现为我们提供了一种可能。作为后发企业，我们的优势是包袱轻、观念新、敢于探索，发扬我们的长处另辟新径，是我们赢得竞争优势的最佳选择。早一步运用新工具，就可能赢取全新的竞争局面。

(3)从企业营销工作的特点考虑

网络营销作为新的手段，其本身具有传统方法无可比拟的先进性。运用网络平台技术企业可与客户缩短时间、空间距离，实现每周7天，每天24小时工作，运用数据库等工具可实现一对一直复营销，实现与客户充分的交互与沟通，网络营销基本上可以完成除交货及付款外的所有工作(将来与电子商务衔接后此两点也可网上实现)。

**网络销售工作计划书篇六**

一、网络营销策划目的

要对营销策划所要达到的目标、宗旨树立明确的观点，作为执行本策划的动力或强调其执行的意义所在，以要求全员统一思想，协调行动， 共同努力保证策划高质量地完成。

企业营销上存在的问题纷繁多样，但概而言之，也无非七个方面：

·企业开张伊始，尚无一套系统网络营销方案，因而需要根据市场特点策划出一套网络营销计划。

·企业发展壮大，原有的网络营销方案已不适应新的形势，因而需要重新设计新的网络营销策划方案。

·企业改革经营方向，需要相应地调整网络营销策略。

·企业原网络营销方案严重失误，不能再作为企业的网络营销计划。

·市场行情发生变化，原网络营销方案已不适应变化后的市场。

·企业在总的网络营销方案下，需在不同的时段，根据市场的特征和行情变化，设计新的阶段性方案。

·推出新产品时，针对该产品设计专属的网络营销策划方案

二、网络营销环境的分析

·行业外部环境分析

政治环境分析、经济环境分析

·行业内部环境分析

消费需求分析、网页分析

三、网络营销目标

网络营销目标是在前面目的任务基础上公司所要实现的具体目标，即网络营销策划书方案执行期间，经济效益目标达到：总销售量为××× 万件，预计毛利×××万元，市场占有率实现××。

四、具体网络营销方案

书写具体网络营销策划书，应考虑以下几点内容：

1、网站分析，主要包括：网站流量分析、站点页面分析、网站运用技术和设计分析、网络营销基础分析、网站运营分析等

2、网站优化，主要包括：网站结构优化、网页标签优化、网页减肥压缩、超链接优化、页面内容优化

3、网站推广， 主要包括：搜索引擎排名、相关链接交换、网 络广告投放

五、如何广告宣传

1)原则：

①服从公司整体营销宣传策略，树立产品形象，同时注重树立公司形象。

②长期化：广告宣传商品个性不宜变来变去，变多功能了，消费者会不认识商品，反而使老主顾也觉得陌生，所以，在一定时段上应推出一致的广告宣传。

③广泛化：选择广告宣传媒体多样式化的同时，注重抓宣传效果好的方式。

④不定期的配合阶段性的促销活动，掌握适当时机，及时、灵活的进行，如重大节假日，公司有纪念意义的活动等。

2)实施步骤可按以下方式进行：

①策划期内前期推出产品形象广告。

②销后适时推出诚征代理商广告。

③节假日、重大活动前推出促销广告。

④把握时机进行公关活动，接触消费者。

⑤积极利用新闻媒介，善于创造利用新闻事件提高企业产品知名度。

根据策划期内各时间段特点来书写网络营销策划书，推出各项具体行动方案。行动方案要细致、周密，操作性强又不乏灵活性。还要考虑费用支出，一切量力而行， 尽量以较低费用取得良好效果为原则。尤其应该注意季节性产品淡、旺季营销侧重点，抓住旺季营销优势。

网络营销方案的策划，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。

(一)明确组织任务和远景

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。

(二)确定组织的网络营销目标

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。

(三)swot分析

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。

(四)网络营销定位

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。

(五)网络营销平台的设计

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。

(六)网络营销组合策略

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，

(七)网络营销策划书

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。

一个好的网络营销方案必须具备什么?

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。

企业只有通过以上提供的四点，认真做好才能以最大限度保证企业网络营销方案的可行性和创造性。

**网络销售工作计划书篇七**

公司网站后台信息和产品图片的及时更新，管理和更新公司网站的内容，使之处于不断更新的状态中，每天大概抽出一个小时的时间对公司网站后台上的产品的关键词，产品简介进行更新，

二、网络推广

1.关注产品信息在百度的排名情况,有针对性的注册各种b2b平台，论坛，贴吧等(注册电子商务网站信息时，内容要详细，详细的公司资料，详细的产品供应信息)

2.利用比较知名的网站发布我司的信息及产品，扩大我司产品的知名度，比如，好喇叭，一呼百应，灯火，环球经贸，环球厨卫等。

3.因季节不同，有针对性的发布产品

1)2-4月份主要以促销品为主，广告笔-笔类，广告军刀，修容组，钥匙扣，收纳袋，杯子，摆件，广告鼠标垫，调味瓶等，

2)5-7月份，主要以，广告瓶起子，扇子，野餐包，野餐垫，沙滩休闲椅，户外餐具，防暑降温礼盒等为主

3)8-10月份乐扣杯子，保鲜盒，旅行餐具，花瓶摆件，丝绸画，钢化玻璃碗等

11月-明年1月，被子，羊绒围巾，效率手册，笔记本，健身用品，干货礼盒等

4)针对特殊的节日，有针对性的发一些帖子

4.时时留意qq动态，抓住客户咨询的内容，有针对性的解答客户的问题，努力开发跟踪网上潜在的客户资源，以及时的在线工具，电话沟通等完成销售工作。

三、--软件的管理

1.随时更新--软件上的产品内容，新的产品信息的发布，每天抽出1个小时对于--软件上的商机(产品关键词，产品的内容，产品标题)及时的更新，及时增加新的产品商机

2.--软件的手动输入每天一个小时的时间

四、产品知识的学习

产品的性能，用途的等，以便接听电话时更好的和客户进行沟通。

**网络销售工作计划书篇八**

一、微营销立体推广

x年是微信等自媒体飞速发展的一年。以微信为主体的推广模式已经形成并成熟。x年在公司领导的英明决策下，我司已做好前期基础的推广准备。为了打造行业微营销标杆，网络部x年将打造以微信为主体，微博、网站、问答平台等为辅的立体微营销推广方案。

1、微营销之粉丝增加计划

x年在全体我司家人的努力，微信的粉丝数量已达到x人。微信推广的主体是客户群体的推广。x年微信粉丝增加计划预计达x人，群体依旧是医疗、美容相关人群。

实施方法：1，全国会议推广，依靠会议宣传广告，以及会议活动等。预计推广人数可达x人。2，以网站，微博推广为主的线上推广，微信粉丝预计增长x人。3，依靠销售人员线下回访客户，邀约添加微信粉丝，预计粉丝将增加x人。4，通过微信平台进行线上活动开展，在调动粉丝的活跃性同时，吸引新粉丝加入，预计增长人数达x人。

2、微营销之企业自媒体平台打造

营销的核心是企业品牌推广，让更多客户对公司价值观产生认同。微营销是由微信为主题媒介，网站、微博为辅的推广模式。只有相互联系才能达到最大的推广效果。x年网络部将打造以微信为主题的新型网络推广方法。

实施方法：

【一】微信基础工作

微信作为企业自媒体平台，一对一精准推广模式让我们能更加有针对性的推送新闻。我们微信粉丝群体主要为医疗工作人群，所以新闻更应该具备知识性和专业性。主要以图文新闻、视频资料等媒介，通过微信、微博群发，实现最大化转发传播，打造权威医疗咨询传播平台。

【二】客户vip群打造。

客户维护是企业发展中最重要的一环，为争取回头客户打响口碑意义非凡。随着沟通技术越来越发达，突破传统沟通方式打造更便捷的客户沟通平台势在必行。x年网络部将打造客户vip群，通过对核心客户实行“一对多”捆绑式维护，及把一个核心客户与售后工程师、临床医生、销售经理、网络部营销顾问、产品经理等。当客户对产品、技术等相关存在问题时，我们都能第一时间提供服务，为客户立即解决。这种模式对实现转介绍、回头客意义重大，实现客户贴心差异化服务模式。

【三】打造微营销网站,微信+微网站+微在线客服

前期推广，微信粉丝已达x名，如今基础的自动回复功能查询设备依然是我们微信营销重要的方式之一。这种方式在产品展现上浏览效果不佳。由于用户粉丝基数过大，原来的展现模式已不能满足。为了提高微信展示效果，x年我们将打造更加符合手机浏览微网站。客户访问网站能更加直接了解产品，以及企业资讯。同时添加的网络客户服务系统，可以直接与我们客户服务人员进行在线沟通，随时为客户解决各种专业问题。为企业微信打造全面立体的营销模式。

二、免费平台信息推广

x年在全体家人的努力下，网络部发布产品销售信息x条，为全年目标达成打下坚实基础。x年网络部将重新出发，整合免费信息发布平台，拓宽免费推广渠道，扩大免费平台信息推广效果。x年网络bxb免费信息预计发布x条，为此网络部将从以下几个方面进行操作。

1、高权重免费bxb平台收集

x年网络部家人整理bxb网站x个。为了实现免费平台最大效益，x年我们将加大bxb网站的整理、分类，将信息整合、共享。

2、筹建我司bxb网站

原有的bxb网站，虽然也能发布信息，但限制非常多。对发布的内容以及发布数量都有限制。所以网络部x年一个重要工作就是拥有自己的bxb网站建设。目前开源程序非常便捷，网络部在网站建设方面技术没有什么问题。为了扩大产品推广，bxb网站建设也是明年工作重点之一。

三、全线产品百度百科/知道推广

百度作为中国最大的搜索引擎，百度百科/知道是其核心产品，在互联网曝光率非常高。目前也是其他竞争对手竞争比较激烈的版块。这些也正体现了百度百科/知道的重要性。

目前我司全线产品已经建立百度百科，由于产品名与竞争对手相近，也会被竞争对手修改，所以必须长期维护。

四、销售目标

x年，网络部刚成立，作为一个新的团队。没有成功经历可以借鉴。一切只能靠我们自己去探索。探索推广方法，探索符合咱们自己的运营方法。因此网络部在新的一年里更要有计划有目标的去完成所制定的一系列任务。从自身做起，从团队做起。

x年网络部销售计划为x万。成交设备x台，完成销售达x万。这也是对网络部一年辛勤工作的肯定。对于x年工作网络部更有信心。x年网络部计划销售目标将冲击x万元。

**网络销售工作计划书篇九**

随着山东区市场逐渐发展成熟，竞争日益激烈，机遇与考验并存。销售工作仍将是我们公司的工作重点，面对先期投入，正视现有市场，作为我山东区销售经理，我创业激情高涨，信心百倍，又深感责任重大。

着眼公司当前，兼顾未来发展。在总经理的领导下，在销售工作中我坚持做到：突出重点维护现有市场，把握时机开发潜在客户，注重销售细节，强化优质服务，稳固和提高市场占有率，积极争取圆满完成销售任务。

一、销量指标：

二、计划拟定：

1、年初拟定《年度销售总体计划》;

2、年终拟定《年度销售总结》;

3、月初拟定《月销售计划表》和《月访客户计划表》;

4、月末拟定《月销售统计表》和《月访客户统计表》;

至20xx年12月31日，山东区销售任务560万元，销售目标700万元(20xx年度销售计划表附后);

三、客户分类：

根据xx年度销售额度，对市场进行细分化，将现有客户分为vip用户、一级用户、二级用户和其它用户四大类，并对各级用户进行全面分析。

四、实施措施：

1、技术交流：

(1)本年度针对vip客户的技术部、售后服务部开展一次技术交流研讨会;

(2)参加相关行业展会两次，其中展会期间安排一场大型联谊座谈会;

2、客户回访：

目前在国内市场上流通的相似品牌有七八种之多，与我司品牌相当的有三四种，技术方面不相上下，竞争愈来愈激烈,已构成市场威胁。为稳固和拓展市场，务必加强与客户的交流，协调与客户、直接用户之间的关系。

(1)为与客户加强信息交流，增近感情，对vip客户每月拜访一次;对一级客户每两月拜访一次;对于二级客户根据实际情况另行安排拜访时间;

(2)适应把握形势，销售工作已不仅仅是销货到我们的客户方即为结束，还要帮助客户出货，帮助客户做直接用户的工作，这项工作列入我xx年工作重点。

3、网络检索：

充分发挥我司网站及网络资源，通过信息检索发现掌握销售信息。

4、售后协调：

目前情况下，我公司仍然以贸易为主，“卖产品不如卖服务”，在下一步工作中，我们要增强责任感，不断强化优质服务。

用户使用我们的产品如同享受我们提供的服务，从稳固市场、长远合作的角度，我们务必强化为客户负责的意识，把握每一次与用户接触的机会，提供热情详细周到的售后服务，给公司增加一个制胜的筹码。

本年度我将严格遵守公司各项规章制度，加强业务学习，提高业务水平，努力完成销售任务。挑战已经到来，既然选择了远方，何畏风雨兼程，我相信：用心一定能赢得精彩!

**网络销售工作计划书篇十**

一、网络营销实施环境初步评估

我们在讨论是否实施及如何实施网络营销之前，必须对目前基本现状有一个清醒的认识，这是我们工作的前提。

1、企业实施网上营销有一定优势，主要体现在：

(1)企业产品为高技术产品。

(2)潜在用户主要为技术人员，其网络应用程度较高。

(3)产品销售范围广，国内市场乃至国际市场。

(4)同行业网络营销运用仍处初期，较强的网上竞争对手还未出现。

(5)本企业员工计算机及网络应用已具备良好水平。

另外，开展网络客户服务也有非常优势，理由：

(1)客户服务对企业至关重要，但服务地域广，任务重，成本高。

(2)客户服务属技术指导性质，如充分沟通可远距离完成。

2、目前可能存在的不足：

(1)对网络营销认识程度还较低。未开展深入系统的研究，其应用对本企业及所在行业成长可能带来的影响还缺乏评估。

(2)尚未形成明确的网络营销工作思路，没有专业部门或专职经理承担责任整体实施。

(3)虽已建立起企业网站但由于其在表现形式、内容及资讯含量、网站功能、网站推广等地方有所不足，尚未发挥其应有的作用。

(4)现有的网站管理模式尚不完善，难以适应开展网络营销的规定。如：网站维护、更新方法，isp提供的服务等等。

(5)现行的网上反馈资讯管理是否高效应重新评估

3、论：

1、初步认为网络营销在企业具备可行性，有着良好的成长前景，运用得当可能为企业带来重大贡献，存在由此引发企业经营方法重大变革的可能。

2、本企业网络运用水平虽强于一般企业或同行，但领先程度有限，网络营销还处于准备阶段，还未正式起步。

保持清醒认识将有利于我们明确目标，改进不足，制定措施，快速推动。

二、企业网络营销战略拟定

-、制定网络营销战略需考虑的因素：

我们应该确立怎样的成长战略，以什么态度，以怎样的方法与速度推动其成长，需从下列因素考虑：

(1)从企业长远成长战略考虑

网络营销的采用，是在新的市场条件下发生的，说明企专业部与外部条件正在发生变化，能否适应这样的变化，尽可能迅速地制定对策，运用新的思维新的工具开展工作，这既关系到企业短期效益更深刻影响到企业的长期经营。

社会资讯化、企业资讯化、商务电子化，这已是公认的趋势，而网络营销正是这种变化在企业营销领域的运用，由于其相对电子商务而言更易实施，更快见效，所以优先得到了应用。网络营销的运用既是新的经营手段，同时也是企业进入网络资讯时代，开展电子商务的必要的积累与准备，其应用能力及水平直接影响企业新的条件下管理及经营的水平。

应当说，网络营销是否应被采用已不是一个可以讨论的问题，可供选择的只是如何去更好地适应，以怎样的态度与方法去适应。我认为快适应可赢得更多的空间，对企业有利。

本企业是一个技术型企业，企业核心价值在技术，时刻保持技术优势是成长的关键。但应看到，只有有效解决营销与客户服务，企业才可能有更多的精力与资源用于技术开发。

另外，从企业目前情况看，我们可否推断：当前影响企业更快成长的，其最主要障碍，是营销问题，正是此问题难以有效突破，成为了成长的瓶颈。传统办法成本高，效果缓慢。我们需要尝试新的营销手段。网络营销成为必然的选择。

(2)从企业竞争优势的获取考虑

我们的企业面临着激烈的竞争，市场条件下大多如此。能否保持竞争中的优势地位，有时甚至比企业的效益还重要。传统条件下，我们可以采取的方法极为有限，因为大家都在这么做，我们很难保证能比对手做的更好。正因如此每每出现竞争格局的大调整大多是诞生了新的技术或市场手段。

行业也是如此，本企业能在国内市场脱颖而出关键在技术，但既使在国内我们的技术优势也是有限的，更不必说与wto后即将全面进入中国的国际品牌。技术优势为我们赢得市场奠定了一定基础，但对于立志成为行业先锋的我们而言当然不应沾沾自喜，我们的市场分额还太小，还只是是个后起之秀，还未成为行专业强手。支撑我们继续赶超的仅\*技术优势是不够的，必须在营销上突破。传统的办法成本高、难度大，难以胜任。

网络营销手段的出现为我们提供了一种可能。作为后发企业，我们的优势是包袱轻、观念新、敢于探索，发扬我们的长处另辟新径，是我们赢得竞争优势的最佳选择。早一步运用新工具，就可能赢取全新的竞争局面。

(3)从企业营销工作的特点考虑

网络营销作为新的手段，其本身具有传统方法无可比拟的先进性。运用网络平台技术企业可与客户缩短时间、空间距离，实现每周7天，每天24小时工作，运用数据库等工具可实现一对一直复营销，实现与客户充分的交互与沟通，网络营销基本上可以完成除交货及付付款外的所有工作(将来与电子商务衔接后此两点也可网上实现)。

网站推广方案是网络营销计划的组成部分，制定网站推广方案本身也是一种网站推广策略，推广方案不仅是推广的行动指南，同时也是检验推广效果是否达到预期目标的衡量标准。所以，合理的网站推广方案也就成为网站推广策略中必不可少的内容。网络营销计划包含的内容比较多，如网站的功能、内容、商业模式和运营策略等，一份好的网络营销计划书应该在网站正式建设之前就完成，并且为实际操作提供总体指导。网站推广计划通常也是在网站策略阶段就应该完成的，甚至可以在网站建设阶段就开始网站的“推广”工作。

与完整的网络营销计划相比，网站推广计划比较简单，然而更为具体。一般来说，网站推广计划至少应包含下列主要内容：

1、确定网站推广的阶段目标。如在发布后1年内实现每天独立访问用户数量、与竞争者相比的相对排名、在主要搜索引擎的表现、网站被链接的数量、注册用户数量等。

2、在网站发布运营的不同阶段所采取的网站推广方法。如果可能，最好详细列出各个阶段的具体网站推广方法，如登录搜索引擎的名称、网络广告的主要形式和媒体选择、需要投入的费用等。

3、网站推广策略的控制和效果评价。如阶段推广目标的控制、推广效果评价指标等。对网站推广计划的控制和评价是为了及时发现网络营销过程中的问题，保证网络营销活动的顺利进行。

下面以案例的形式来说明网站推广计划的主要内容。实际工作中由于每个网站的情况不同，并不一定要照搬这些步骤和方法，只是作为一种参考。

案例：某网站的推广计划(简化版)

这里将一个网站第一个推广年度分为4个阶段，每个阶段3个月左右：网站策划建设阶段、网站发布初期、网站增长期、网站稳定期。某公司生产和销售旅游纪念品，为此建立一个网站来宣传公司产品，并且具备了网上下订单的功能。

该网站制定的推广计划主要包括下列内容：

1、网站推广目标：计划在网站发布1年后达到每天独立访问用户20xx人，注册用户10000人;

2、网站策划建设阶段的推广：也就是从网站正式发布前就开始了推广的准备，在网站建设过程中从网站结构、内容等方面对google、百度等搜索引擎进行优化设计;

3、网站发布初期的基本推广手段：登录10个主要搜索引擎和分类目录(列出计划登录网站的名单)、购买2-3个网络实名/通用网址、与部分合作伙伴建立网站链接。另外，配合公司其他营销活动，在部分媒体和行业网站发布企业新闻。

4、网站增长期的推广：当网站有一定访问量之后，为继续保持网站访问量的增长和品牌提升，在相关行业网站投放网络广告(包括计划投放广告的网站及栏目选择、广告形式等)，在若干相关专业电子刊物投放广告;与部分合作伙伴进行资源互换;

5、网站稳定期的推广：结合公司新产品促销，不定期发送在线优惠卷;参与行业内的排行评比等活动，以期获得新闻价值;在条件成熟的情况下，建设一个中立的与企业核心产品相关的行业信息类网站来进行辅助推广。

6、推广效果的评价：对主要网站推广措施的效果进行跟踪，定期进行网站流量统计分析，必要时与专业网络顾问机构合作进行网络营销诊断，改进或者取消效果不佳的推广手段，在效果明显的推广策略方面加大投入比重。

这个案例并不是一个完整的网站推广计划，仅仅笼统地列出了部分重要的推广内容，不过，从这个简单的网站推广计划中，我们仍然可以得出几个基本结论：

第一，制定网站推广计划有助于在网站推广工作中有的放矢，并且有步骤有目的地开展工作，避免重要的遗漏。

第二，网站推广是在网站正式发布之前就已经开始进行的，尤其是针对搜索引擎的优化工作，在网站设计阶段就应考虑到推广的需要，并做必要的优化设计。

第三，网站推广的基本方法对于大部分网站都是适用的，也就是所谓的通用网站推广方法，一个网站在建设阶段和发布初期通常都需要进行这些常规的推广。

第四，在网站推广的不同阶段需要采用不同的方法，也就是说网站推广方法具有阶段性的特征。有些网站推广方法可能长期有效，有些则仅适用于某个阶段，或者临时性采用，各种网站推广方法往往是相结合使用的。

第五，网站推广是网络营销的内容之一，但不是网络营销的全部，同时网站推广也不是孤立的，需要与其他网络营销活动相结合来进行。

第六，网站进入稳定期之后，推广工作不应停止，但由于进一步提高访问量有较大难度，需要采用一些超越常规的推广策略，如上述案例中建设一个行业信息类网站的计划等。

第七，网站推广不能盲目进行，需要进行效果跟踪和控制。在网站推广评价方法中，最为重要的一项指标的网站的访问量，访问量的变化情况基本上反映了网站推广的成效，因此网站访问统计分析报告对网站推广的成功具有至关重要的作用。

案例中给出的是网站推广总体计划，除此之外，针对每一种具体的网站推广措施制定详细的计划也是必要的，例如关于搜索引擎推广计划、资源合作计划、网络广告计划等，这样可以更加具体化，对更多的问题提前进行准备，便于网站推广效果的控制。本文略去这些细节问题，有关具体网站推广方法的实施计划，将在后续内容中适当穿插介绍。此外，完整的网站推广计划书还包含更多详细的内容，如营销预算、阶段推广目标及其评价指标等。

**网络销售工作计划书篇十一**

一、公司和品牌的定位

公司是一家具有完整的生产设备和熟练的技术工人的led节能灯生产的公司，目前主要出口欧美等地，为了服务本国人民公司未来会大力开扩国内市场。

品牌定位

a、在led节能灯的领域成为国内领先品牌设备供应商。

b、跻身一流的国内led节能灯的生产商和供应商。

c、以门店销售带动网络销售和发展。(必须有一间门店展示我们公司产品，最好是在led节能灯比较集中的地方开一间店，这样我们就有进入led节能灯的圈子里。如果盲目的进入到网络销售中去并不能很快的表现，毕竟现在进入网络销售的人很多，首先是我们要营造我们品牌的知名度，至少在一个地区内我们要让人家销售商知道我们有这些产品还要派门店的销售人员定时的整理一份价格表格给各个供应商以作参考。通过这些了解各个销售商的联系方式，如果对方同意我们可以出一部分的样品以作展示，这样我们的门店就可以和渠道和网络销售联系在一起了。这是我在南京公司的做法。仅供参考!)

二、销售策略指导和行业目标

1、我们应当采取由点到面的策略。

2、前期大力营造我们公司产品的知名度

3、重点发展网络销售但是我们也应当抓紧门店毕竟这是网络销售前期的一个基础。以门店销售为公司进入led节能灯的消费的最后第二个圈子(经销商)打造我们产品形象和知名度，同时多联系他们扩大我们网络销售的范围和难度，后期需要我们做网络销售的来扩大销售范围来促进门店的销售。

三、市场行销的近期目标

1、争取在短时间内为我们公司内的产品营造良好的形象和知名度(至少在小范围内比如供应商)为网络销售后期服务，(同时我们的销售人员要知道产品材料、型号、价格等和各个公司的产品情况定期出下我们公司的产品情况。要对产品了如指掌。我们的销售人员也要经常培训，包括我们的门店销售人员，要定期的总结下我们销售过程中的一些技巧。)

2、努力提高我们公司产品的知名度和公司形象。争取在短时间内在国内市场上取得一定的地位，取得良好的营销业绩。

四、销售的基本理念和规则

1、我们销售的基本理念是要开放心胸、战胜自我、勇于挑战、要有专业精神。

2、我们销售的规则是通过点到面的过程，我们要明确目标，我们的产品适用那些地方要有明确的想法。每个销售人员要对我们公司的产品有信心我们不是新品牌，我们已经供应出口那么多长时间了。

五、市场销售模式

采用由点到面的方法，前期有店铺和网络同时为公司产品营造知名度，通过门店进入到销售商的圈子里面为后续的网络销售做准备，后期由网络销售来促进门店的销售。

六、价格策略

1、我们应当采取高品质、高价位、高利润回报为原则。

2、制定较合理的价格表，一份公开报价和一份销售的最低价。

3、制定一些月反点或者季反点。

4、同时要控制好各个层面的价位和最后的利润。

七、培训工作的开展

要做好网络销售的人员培训，和店铺的销售人员的培训，要定期的组织销售人员互相讨论下发表下自己的销售技巧，使大家都相互提高。

八、专业的网络站点

处理好公司形象、产品介绍、资料、招工等，还要电子商务、客户下单、货物查询、库存查询等。

九、内部人员的报告制度和销售决策

1、每周召开一次工作会议，提交工作报告。(如本周销售数量、渠道的进展、下周的销售预测和困难，月底对销售人员排名和奖励制度和情况进行统计。)

2、统一价格和折扣制度，价格的审批制度

3、其他人员要做好销售的支持，一定时间的业绩，折扣，返点的计算。订单处罚，分销商的业绩排名。

**网络销售工作计划书篇十二**

一、市场前景分析

旅游市场分析

餐饮市场分析

二、 网络市场分析

网络覆盖了全球，缩短了人们之间的距离，带来了许多方便，但是很多网站都没有能存活下来，很快被网络市场所淘汰，被淹没在网络浪潮之中。

1. 许多站点不注重盈利点和盈利周期，只想着赚钱，不善于选择经营模式和盈利模式;

2. 站点的信息更新速度慢，信息有吸引力不强;

3. 没有自己的特点，定信不明确，缺少一定的气氛和感觉;

4. 服务水平不高，功能不全;

5. 没有抓住顾客的心理。

三、 网站的战略分析

(一) 提供什么

1.要获得更大的发展，必须吸引大量网民、旅游景点、旅行社和宾馆饭店，为想来苏旅游的游客提供便利。

2. 提供苏州旅游景点和宾馆饭店的分布图;

3. 提供最新的旅游线路;

4. 市场分析;

5. 介绍各类优惠信息。(二)成功的因素

1.较好的商业动作模式及盈利模式;

2.有价值的咨询信息，有价值的市场分析;

3.公平合理;

4.网上订购;

5.网站人员广泛，便于操作管理;

6. 充分利用网民的参与、商家参与及互动全作;

7. 网站立足于人们感兴趣的旅游和饮食;

8. 网民可直接从本站订餐、组团旅游

(三)凭什么盈利

下江南旅游网是集咨询、娱乐、体闲、商务于一体的旅游网站，

集顾客商家为一点的区域，是人们茶余饭后的体闲区，是现代生活的首选，人员潜力大，它给旅行社、宾馆饭店带来如下利益：

1、 获取巨大的经济效益和社会效益。

2、知名度迅速提升。

3、为经销商带来更多的顾客。

4、协助商家进入网络营销行业，使个商家的服务更加的全面。

5、同时，也给顾客带来各种优惠和利益及方便。

第二部分

四、 网站栏目架构

1. 吴地文化

2. 苏州景点

3. 预订服务

4. 天堂论坛

5. 旅游常识

6. 饮食文化

7. 咨询广场

8. 会员注册：个人注册和商家注册

9. 服务区

五、 网站设计

网页的版面设计直接影响到网站的效率。避免与其他网站的雷同，以致于被埋没在网络的大海之中，故本网站将全方们设计一个令人回味的界面。

1. 优化视图设计，插入动画，但数量不能太多

2. 图文并茂，色彩图片、文字合理搭配，在保持网页整体一致性的情况下追求属于本网站独特品味，造出一些亮点。

3. 网让导航栏的设计，使整个网站的组织形式清晰，并保证页面不单调

4. 网站设计真正做到以服务顾客为核心。

5. 及时和定期与每日更新信息。

六、 风店的特点

个性化，应用灵活，功能强大，可扩展性、实用性强。宣传效果佳，成本低廉，服务优，维护有保障，便于操作，立足于服务，立足于提高人们的生活水平。

七、 网站的维护

1. 时时监控，若软硬件出现问题，及时进行评估并在24小进内解决。

2. 备份数据，优化数据库设计

八、 运营事宜

1.宣传工作与各大网站建立链接，注重搜索引擎

2.与商家保持联系，取得他们的支持，获取网页素材和市场信息

3.通过制作成功的风站扫提供的信息提高网站人气，配合商家的有关活动，增加网站的可信度。丰富网站内容，加大推广力度，吸引苏州人和来苏州旅游的人的眼球。使网站在短期内能运转起来，以便为将来网站盈利作准备。

九、 财务分析

(一)、支出

1. 维护费用

2. 设备费用

3. 人员工资

4. 推广费用

(二)、收入

1. 广告收入

2. 注册收费vip

3. 出售旅游用品

4. 代理业务

**网络销售工作计划书篇十三**

编写网络营销计划书是开展网络营销的前提，也是企业实施网络营销的依据，它包括网络营销策略、网络营销方案、及网络营销策划等，是一份综合性的网络营销实施文案，

网络营销工作计划书

。下面我提供一份《橱柜企业网络营销计划书》给大家作参考，希望可以帮到需要写网络营销计划书的朋友。

某橱柜企业国内及海外推广计划说明

前些日子，我接到了一个橱柜企业网络营销case，我浏览了客户公司的网站，发现整体页面色彩和布局还是很不错的。但是，由于在网站开发时没有懂得网络营销人员的参与，因此没有充分考虑为今后的搜索引擎营销提供支持。 主要体现在网页的页头部分没有很好的设计，没有提供网站流量分析统计系统等方面。

网络营销是企业整个营销战略不可分割的组成部分，需要服从和服务于企业的整体营销计划。那些把网络营销和传统营销割裂开来的公司，往往不能取得良好效果，这是众多实践证明的。通过上次的沟通，我们对企业网路营销的作用和手段看法是基本一致的。

一、开展国内网络营销推荐使用以下方式：

1、网站页面的基本优化。网站优化和搜索引擎作弊有着本质的不同，而是让网站对搜索引擎更友好，更多的被搜索引擎收录，并提升网站的pr值，努力达到在不支付费用的前提下，在主要搜索引擎中占据好的排名位置。这需要做长期的大量的工作，我知道有一个公司可以为企业体供专业水准的优化服务，并可以保证指定关键词的具体排名达到与贵公司商议的排名。有需要的话可以与我联系，我的电话是：02080590248。网站优化将从根本上节约网站的推广成本。一般的优化效果在2-3个月内显现出来。

主要手段有：作为它们公司的技术性商业秘密，占不透露。费用为\*元/年。目标是让公司的主要关键词在主要搜索引擎中有较好的排名。

2、搜索引擎推广：目前，国内外主流搜索引擎均提供竞价排名服务。在网站优化过程中，以及在优化不能解决的方面，可以通过搜索竞价加以弥补。比如：百度目前“橱柜”一词首页10个位置均已售出。因此如果想排在首页，必须要通过搜索竞价来实现。

各搜索引擎的价格如下：

百度：2400元预存广告费用(没有时间限制)+ 600元基本服务费(按年支付，百度统一收取)。第11名后，显示在搜索结果右侧。

google : 目前，我们一般采用包年的形式，保证全年时时显示在google首页右侧。按关键词的数量和热门程度不同，一次性收费。企业不用在消耗完广告费后另外支付费用。

雅虎：20xx元预存广告费用(没有时间限制)+ 600元基本服务费(按年支付，雅虎统一收取)。每页显示2个位置。

目前以上三个搜索引擎占据了国内85%以上的市场份额，其他搜索引擎推广基本不用考虑。

3、供求信息平台：

1、在国内b2b贸易平台中，阿里巴巴无疑是绝对的霸主，和其他竞争者不在同一个层面上。 因此如果希望通过供求信息平台开展网络营销，阿里巴巴无疑是首选。

因为阿里巴巴诚信通会员业务不设置代理商，需要向阿里巴巴公司杭州总部提出申请。具体联系电话：0571-85025188。目前费用为2300元/年。

同时，企业也可以在国内最大的b2c交易平台淘宝网上开设自己的销售窗口。目的，不是为了带来多少销售，而是可以为企业带来一些宣传的窗口。

4、网络营销软件：

网络营销软件作为一种营销工具，毫无疑问，在企业开发代理商和渠道拓展时将发挥重要作用，

一方面可以大量在众多供求信息平台发布供求、招商合作信息。

一方面可以通过信息收集功能，把散步在各个平台上的采购项目、合作意向信息收集到本地，共市场开发人员跟进。

同时，可以适度开展邮件广告营销。 该软件提供了邮件搜索和邮件群发的基本工具，

目前有三个版本可以考虑：

费用预算：

2个行业版：1980元/套。 5行业版：2580元/套。 全行业版：3980元/套。

每半年的升级费用是250元。

5、关于网站流量分析统计系统的安装。

尽管目前国内有很多优秀的免费网站流量分析统计系统，但是由于企业缺乏专业人才，懂得应用的很少。我们可以免费提供。

在我的关于《搜索营销系列之四：企业如何用好搜索竞价推广》一文中提到了，这类软件的优势和如何使用。摘抄如下：

1、访问来源统计：记录访问者是通过何种方式进入企业网站的。比如通过那个搜索引擎、友情链接的网站或是其他网站如通过在阿里巴巴发布的一条供应信息等。系统会记录来源页面，方便管理者察看。这就比一大堆数据更有价值得多。对于同时在多家搜索引擎和供求信息平台开展推广的企业，这个功能可以提供一个极具说服力的评定优劣的依据。

2、网站各页面的受访统计。记录网站各个页面的受访次数，用以作为网站内容受关注程度的重要依 据。显然，如果统计结果显示，你的产品介绍页面有更多的访问将是一件值得高兴的事，这说明潜在客户真正的希望了解我们的产品。而情况相反，只是浏览了网站 首页就走掉，就要分析一下原因：网站页面制作水准是否没有给访问者留下良好的第一印象;内容和网站导航是否设计合理，是否为访问者浏览产品提供了方便，还 是其它原因。

3、关键词统计。访问者是以那个关键词查询并链接到企业的网站，这个信息对企业非常重要。他代表了企业关键词排名位置是否合理以及关键词的选择是否正确和高效。也可以通过各个关键的点击数量结合来源统计对竞价服务提供商的收费统计进行相互印证，如果没有出现较大差距说明收费基本上是合理和可信的。

4、访问者的地理位置。 系统会把访问者的ip(计算机物力地址)翻译成可以方便浏览的地理位置，企业可以由此了解各个目标市场的检索情况。当一家微波设备生产企业发现大量的访问来自非目标市场就要考虑取消在该地区的投放，以避免资源浪费。如果来自于某个市场的检索量明显增多可能说明该地起的市场需求在提升，应该及时向市场部门反馈，结合市场部门的信息进行验证，从而为传统市场力量向该地区的重点开发提供依据。

二、开发国外市场推荐使用如下手段：

开发海外市场，传统的手段显得有些力不从心。要么费用过高，要么风险太大。而网络营销无疑是国内企业开发国际市场的最有竞争力的先头部队。目前主要的手段是：

1、google英文右侧赞助商广告：根据关键词的不同，价格有所不同。google的影响力是巨大而有效的手段。价格根据关键词的热门程度而定。

2、英文雅虎海外推广：雅虎目前依然是全球访问量最高的网站，旗下有众多知名的搜索引擎全体如overture，altvasta等。同时，雅虎和msn、美国在线等国际顶尖的搜索引擎采取联合策略。企业可以通过雅虎英文把广告覆盖到全球几乎所有知名搜索引擎，保证了搜索引擎的效果。价格根据关键词的热门程度而定。

3、rss营销：是目前国际上具有很大发展潜力的基于新一代网络技术web2.0 中的rss技术的一种营销工具。其核心思想就是把企业的产品、销售信息、采购信息、新闻信息等内容制作成rss信息源，通过目前提供的在线阅读网站、线下阅读器、rss搜索引擎同步更新企业信息。方便潜在顾客随时掌握企业的各种动态信息。

举个简单例子：您在自己的网站上发布一条采购信息，马上所有的国外订阅者就会查看的这条信息，并且这条信息会被各个搜索引擎同步更新收录。

而企业要做的仅仅是对自己的网站进行相应的升级，变成可以向互联网提供rss内容的rss信息源。

据统计，国外网民是用rss在线阅读的比例超过30%，这对于开展外贸的国内企业来讲是一个非常具有开发价值的处女地。rss 营销代表这一种全新的网络营销手段，是企业必然要面对的先进营销工具。

同其他网络营销手段不同的是。 rss资源输出的建设费用是一次性的，因此，现在不做，明天也要做。 超越对手一步，就有可能对我们的企业网络营销代来现实和潜在的巨大利益。

而这样的费用也是非常少的。我们按照给您网站制作的信息源的个数收费，每个rss信息源800元，2个1200元。3个1500元。4个以上20xx元。一次性收费。

三、其他需要说明的问题

网络营销推广的关键不是推广方式，而是网络营销的操作者。这是很多企业都忽视的问题，也是在大量投入后没有效果的重要原因。比如，看似简单的竞价排名服务，其实如果要真正发挥效果不但需要对关键词进行跟踪观察，更重要的是对整个网络营销过程进行跟踪，及时总结，不断调整投入方案，才能达到理想的效果。因此，我可以免费提供专业的网络营销培训指导，帮助企业的网络营销人员提高自身的应用能力。

实际上，还有一个项目是值得您考虑的。网页800免费呼叫电话。

我们所有的推广目的都是为了把潜在客户吸引到网站上来，不过，我们的真正目的，是让客户能看到我们的产品马上和我们联系。目前，网站提供的手段是邮箱、留言板，时效性太差。没有客户有耐心等企业回复。更多的选择是直接电话联系。可是，电话首先是有费用问题，而其，经常出现占线的可能，这会某种程度上打击客户联系企业的积极性。

**网络销售工作计划书篇十四**

一、 网络营销实施环境初步评估

我们在讨论是否实施及如何实施网络营销之前，必须对目前基本现状有一个清醒的认识，这是我们工作的前提。

1、企业实施网上营销有一定优势，主要体现在：

(1)企业产品为高技术产品。

(2)潜在用户主要为技术人员，其网络应用程度较高。

(3)产品销售范围广，国内市场乃至国际市场。

(4)同行业网络营销运用仍处初期，较强的网上竞争对手还未出现。

(5)本企业员工计算机及网络应用已具备良好水平。

另外，开展网络客户服务也有非常优势，理由：

(1)客户服务对企业至关重要，但服务地域广，任务重，成本高。

(2)客户服务属技术指导性质，如充分沟通可远距离完成。

2、 目前可能存在的不足：

(1)对网络营销认识程度还较低。未开展深入系统的研究，其应用对本企业及所在行业成长可能带来的影响还缺乏评估。

(2)尚未形成明确的网络营销工作思路，没有专业部门或专职经理承担责任整体实施。

(3)虽已建立起企业网站但由于其在表现形式、内容及资讯含量、网站功能、网站推广等地方有所不足，尚未发挥其应有的作用。

(4)现有的网站管理模式尚不完善，难以适应开展网络营销的规定。如：网站维护、更新方法，isp提供的服务等等。

(5)现行的网上反馈资讯管理是否高效应重新评估

3、结论：

1、 初步认为网络营销在企业具备可行性，有着良好的成长前景，运用得当可能为企业带来重大贡献，存在由此引发企业经营方法重大变革的可能。

2、本企业网络运用水平虽强于一般企业或同行，但领先程度有限，网络营销还处于准备阶段，还未正式起步。

保持清醒认识将有利于我们明确目标，改进不足，制定措施，快速推动。

二、企业网络营销战略拟定

1.制定网络营销战略需考虑的因素：

我们应该确立怎样的成长战略，以什么态度，以怎样的方法与速度推动其成长，需从下列因素考虑：

(1)从企业长远成长战略考虑

网络营销的采用，是在新的市场条件下发生的，说明企专业部与外部条件正在发生变化，能否适应这样的变化，尽可能迅速地制定对策，运用新的思维新的工具开展工作，这既关系到企业短期效益更深刻影响到企业的长期经营。

社会资讯化、企业资讯化、商务电子化，这已是公认的趋势，而网络营销正是这种变化在企业营销领域的运用，由于其相对电子商务而言更易实施，更快见效，所以优先得到了应用。网络营销的运用既是新的经营手段，同时也是企业进入网络资讯时代，开展电子商务的必要的积累与准备，其应用能力及水平直接影响企业新的条件下管理及经营的水平。

应当说，网络营销是否应被采用已不是一个可以讨论的问题，可供选择的只是如何去更好地适应，以怎样的态度与方法去适应。我认为快适应可赢得更多的空间，对企业有利。

本企业是一个技术型企业，企业核心价值在技术，时刻保持技术优势是成长的关键。但应看到，只有有效解决营销与客户服务，企业才可能有更多的精力与资源用于技术开发。

另外，从企业目前情况看，我们可否推断：当前影响企业更快成长的，其最主要障碍，是营销问题，正是此问题难以有效突破，成为了成长的瓶颈。传统办法成本高，效果缓慢。我们需要尝试新的营销手段。网络营销成为必然的选择。

(2)从企业竞争优势的获取考虑

我们的企业面临着激烈的竞争，市场条件下大多如此。能否保持竞争中的优势地位，有时甚至比企业的效益还重要。传统条件下，我们可以采取的方法极为有限，因为大家都在这么做，我们很难保证能比对手做的更好。正因如此每每出现竞争格局的大调整大多是诞生了新的技术或市场手段。

行业也是如此，本企业能在国内市场脱颖而出关键在技术，但既使在国内我们的技术优势也是有限的，更不必说与wto后即将全面进入中国的国际品牌。技术优势为我们赢得市场奠定了一定基础，但对于立志成为行业先锋的我们而言当然不应沾沾自喜，我们的市场分额还太小，还只是是个后起之秀，还未成为行专业强手。支撑我们继续赶超的仅\*技术优势是不够的，必须在营销上突破。传统的办法成本高、难度大，难以胜任。

网络营销手段的出现为我们提供了一种可能。作为后发企业，我们的优势是包袱轻、观念新、敢于探索，发扬我们的长处另辟新径，是我们赢得竞争优势的最佳选择。早一步运用新工具，就可能赢取全新的竞争局面。

(3)从企业营销工作的特点考虑

网络营销作为新的手段，其本身具有传统方法无可比拟的先进性。运用网络平台技术企业可与客户缩短时间、空间距离，实现每周7天，每天24小时工作，运用数据库等工具可实现一对一直复营销，实现与客户充分的交互与沟通，网络营销基本上可以完成除交货及付款外的所有工作(将来与电子商务衔接后此两点也可网上实现)。

本企业营销工作的特点：

a、产品特点:

-复杂程度高、标准化程度高;

b、服务特点：主要是技术支持，需求高，成本高，指导性质;

c、市场特点：点多面广，计算机网络应用程度高;

d、销售特点：以直销为主，面向技术人员开展销售;

网络营销可能产生的影响：

a、全面展示产品：可以尽可能详尽、全面地网上展示，有利于顾客了解产品，降低了人员说服的成本;

b、市场拓展：市场范围大幅扩大，向国内外所有潜在客户展开营销;

c、促进销售：开展独立或配合营销活动促进销售;

d、降低费用：减少中间环节，降低销售成本，有逐步取消人员推销的可能;

e、提高技术支持与服务水平：大幅提高服务能力及水平，通过在线自动应答及线上咨询，在全面提高服务能力的同时大幅降低费用;

f、其他：对网络的有效运用还可改变企业生产组织方法，提前实现个性化生产，利用网络提高生产外协能力，构建虚拟工厂，低成本提高生产能力;网络应用对采购方法、技术开发方法等也能产生影响。

2、本企业网络营销战略初定：

(1)充分认识网络营销作为新的战略经营手段的重要性，认可其具有的巨大效能，决心成长本企业对应策略，制定计划，积极推动，促其充分成长。

(2)适当平衡快速成长与企业承受力的关系，在可能的范围内适度超前成长。

(3)结合企业现状，将本企业网络营销目标初步确立为：

借助网络交互平台及网络通信工具，以直复营销、整合营销、软营销理论为指导展开营销操作，以达到拓展市场，提高品牌知名度，降低营销费用，促进销售之目的。同时积极探索网上客户服务，巩固既有市场，提高品牌美誉度。

3、企业的网络营销管理模型可描述为(网络营销的运作机理)：

推广品牌及产品==》吸引潜在用户==》开展直复营销==》促成购买

客户服务==》顾客忠诚==》增加销售

三、网络营销战略的实施：

制定了良好的成长战略，接下来就需要有可行的推动计划保证其实施，我们可按下列步骤操作执行：

1.确定承担责任部门、人员、职能及营销预算

网络营销属营销工作，一般由营销

部门承担责任，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，也应保证有专人承担责任，工作初期调查、筹划、协调、组织，任务繁重，兼职很难保证工作的完成。

专职网络营销人员职责应包括：

(1)综合企业各部门意见，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)网上反馈资讯管理。

(5)独立开展网上营销活动。

(6)对企业其他部门实施网上营销支持。

(7)网上资讯资源收集及管理，对企业网络资源应用提供指导。

在网络营销费用地方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，我们的营销预算可能来自于：

(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、网络宣传费等

2.综合各部门意见，构建网站交互平台

企业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、企业管理及文化建设、合作企业交流等等功能，只有在广泛集合企业各地方意见的前提下才能逐步建立起满足规定的网站平台。

构建网站应注意网站应有如下功能：

(1)资讯丰富：资讯量太低是目前企业网站的通病;

(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，才能满足企业各部门规定。

(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遇，实现在线交互。

可以看出，本企业现有的网站在以上地方均有不足，需要逐步改进(方案另附)。

3.制定网站推广方案并实施

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

制定网站推广计划应考虑的因素有：

(1)本企业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)我们以怎样的方法向其推广效果更佳;

(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。

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开展宣传;

(5)通过新闻组开展宣传;

(6)在企业名片等对外资料中标明网址;

(7)在企业所有对外宣传中添加网址宣传;

(8)借助传统媒体开展适当宣传。

注：有关网站推广的计划另行制定。

4.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，借此我们应开展网络营销效果的初步评估，以使工作迈上一个新的台阶。

评估内容包括：

(1)企业网站建设是否成功，有哪些不足;

(2)网站推广是否有效;

(3)网上客户参与度如何?分析缘故;

(4)潜在客户及现有客户对我网上营销的接受程度如何;

(5)企业对网上反馈资讯的处理是否积极有效;

(6)企业各部门对网络营销的配合是否高效。

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。

5.全面网络营销实施

在此阶段我们将展开全面的有计划网上营销。如开展面向潜在客户的市场调查、资料收集、面向用户企业的网上公关、面向现有用户的网上使用咨询、客户服务、面向同行的竞争资料收集及监控、面向开发人员的技术交流、面向经销商的调查及管理等等。我们将充分利用现有条件开展可行的营销活动。

6.使网络营销与企业管理融为一体

网络营销的有效运用，将可对企业其他部门的运营产生积极影响，同时也影响到企业的整体运营管理。作为网络资讯条件经营方法的探索，它将极大推动企业走向新

经济的步伐。它将发挥如下作用：

促进企专业部资讯化建设，加快企业电子商务准备，完善企业管理资讯系统，提高企业管理的品质与效率，提高员工素质，培养电子商务精英。

这些变化将影响企业现有的生产组织形式、销售方法、开发方法、管理方法等等，推动企业开展经营方法的战略性转型。

总之，网络营销的开展是一项艰巨而又复杂的工作，绝非建网站收mail如此简单。好的效果需要扎实的工作积累，不可一蹴而就。同时我们也完全有理由相信，本企业网络营销的运作前景良好，只要我们有信心、有决心，就一定能够获得成功。

**网络销售工作计划书篇十五**

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--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(200-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。

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。

**网络销售工作计划书篇十六**

一、公司网站的日常维护和更新

公司网站后台信息和产品图片的及时更新，管理和更新公司网站的内容，使之处于不断更新的状态中，每天大概抽出一个小时的时间对公司网站后台上的产品的关键词，产品简介进行更新，

二、网络推广

1.关注产品信息在百度的排名情况,有针对性的注册各种b2b平台，论坛，贴吧等 (注册电子商务网站信息时，内容要详细，详细的公司资料，详细的产品供应信息)

2.利用比较知名的网站发布我司的信息及产品，扩大我司产品的知名度，比如，好喇叭，一呼百应，灯火，环球经贸，环球厨卫等。

3.因季节不同，有针对性的发布产品

1)2-4月份主要以促销品为主，广告笔-笔类，广告军刀， 修容组， 钥匙扣，收纳袋， 杯子，摆件，广告鼠标垫，调味瓶等，

2)5-7月份，主要以，广告瓶起子，扇子，野餐包， 野餐垫，沙滩休闲椅，户外餐具，防暑降温礼盒等为主

3)8-10月份 乐扣杯子，保鲜盒，旅行餐具，花瓶摆件，丝绸画， 钢化玻璃碗等

11月-明年1月， 被子，羊绒围巾，效率手册，笔记本，健身用品，干货礼盒等

4)针对特殊的节日，有针对性的发一些帖子

4.时时留意qq动态，抓住客户咨询的内容，有针对性的解答客户的问题，努力开发跟踪网上潜在的客户资源，以及时的在线工具，电话沟通等完成销售工作。

三、天助软件的管理

1.随时更新天助软件上的产品内容，新的产品信息的发布，每天抽出1个小时对于天助软件上的商机(产品关键词，产品的内容，产品标题)及时的更新，及时增加新的产品商机

2.天助软件的手动输入 每天一个小时的时间

四、产品知识的学习

产品的性能，用途的等，以便接听电话时更好的和客户进行沟通。

**网络销售工作计划书篇十七**

一、目标市场分析

1、市场潜力

在淘宝上搜索内衣类目下的宝贝有将近320万个宝贝，其中以ck的产品数量最多，达到了30万个宝贝，各大知名品牌在淘宝上的宝贝数量也都在好几万。淘宝上搜索塑身产品，有将近25万件产品，塑身市场潜力巨大。在内衣类目下的宝贝占到1/4，6万左右的宝贝，其中塑身内衣和文胸占据了绝大部分市场，在各大塑身品牌中，以黛安芬、婷美、纤瀛和马克宝迪为市场主导的品牌占据了大多数的产品数量。

而戴丝玉的产品主要是塑身文胸和塑身连体衣，在淘宝上搜索戴丝玉的情况：有1万多个宝贝数量，其中内衣类目下面仅有5000多件产品。

但是存在一点，搜索塑身产品时，戴丝玉的产品数量很少，不到1000个宝贝。

其中淘宝现有以戴丝玉品牌为店铺名或者是主营戴丝玉产品的店铺有106家，实际店铺数量为181家，非会员店铺数量为87家。这些将是潜在的比较优质的顾客，将作为重点发展的对象。

2、结论：通过以上分析，我认为戴丝玉品牌发展可分为以下几个阶段：

第一阶段为铺货阶段，周期在11月9日到12月15日，借助现有的会员和发展新的会员，预计发展代销会员300家，使戴丝玉品牌在淘宝的宝贝展示数量达到6万件左右;

第二阶段，筛选优化经销商阶段，周期在12月20日到1月15日通过对已发展的经销商的信誉和销售额进行分析，筛选出信誉度较高，能出货的优质经销商，逐渐剔除不出单经销商;

第三阶段为市场优化阶段，周期在1月15日之后，通过第二阶段的工作，剔除没有出货量和违反代理规定的顾客，严格控制市场价格，通过策划促销等方式进一步增加经销商的销售量，同时增加产品的类别和数量，为经销商提供更加优质的货源和产品。

3、目标

(1)11月在淘宝网上的铺货数量预计要达到3万件，会员经销商数量达到200家，销售额待定;从11月9日起开始实施至11月30日，15个工作日的时间，平均每天发展代销店14家，平均每个渠道专员每天要发展3到4家代销店。

(2)12月15日之前完成在淘宝网上的铺货工作，并进行第二阶段的初期准备工作。

二、品牌分析

潮流、素雅。产品组合齐全，拥有调整型文胸、普通文胸、美体衣、收腹裤、家居服、保暖内衣等，创造女性“舒适、健康、曲线美”。调整型文胸、美体内衣现在已经是内衣的一个更加细分的市常戴丝玉的品牌定位比较符合潮流潮流。

三、产品优势

1、网络总代，拥有网络独家授权，可以规范操作整个网络市常

2、产品知名度较高，款式齐尺码齐全，库存丰富。

3、提供制作精美的数据包，数据包的每一个细节我们都精心制作，免费为经销商提供;

4、网店装修模板的提供;

5、网店优化指导:产品排名优化指导(名称优化、上架时间优化等)、产品细节优化指导、整体店铺顾客体验度提高、店铺个性化指导、店铺经营状况监控分析;

6、店铺经营指导、广告宣传指导、活动策划指导等;

7、直通车推广返点：盟商在淘宝上进行推广活动时(直通车)，可以向公司进行申请，公司评测通过后，会根据每个月加盟商所完成的销售额给与报销一定比率的直通车费用);

8、专人负责品牌操作，好内衣将有专门的人负责整个戴丝玉品牌的市场监控，将不定期检查经销商的价格和产品数量。定期进行促销活动。

四、销售渠道

(一)现有经销商的转化

利用后台现有的经销商店铺，通过旺旺群发通知经销商上架戴丝玉品牌的产品，完成铺货目的。

要求：

1、现有品牌授权店可以上架戴丝玉产品，并可享受5.3折进货;

2、现有代销店上架戴丝玉产品，享受5.8折进货折扣，若一个月内出单数量达到5单以上，可享受5.3折的.进货折扣。

(二)新经销商的发展

原则：以戴丝玉品牌为店铺名称或者主营戴丝玉产品的店铺作为重点发展对象：

1、信誉等级在4星以上的店铺可以面带代销戴丝玉的产品并享受5.8折的进货折扣。月销售额累积达到--元，可以享受5.3折进货折扣。

2、信誉等级在4星以下的店铺若自身的出货量每周达到5单以上也可免费代销戴丝玉的产品，并享受5.8折的进货折扣，(新开店铺若掌柜专职做淘宝，渠道专员可根据实际情况进行调整)。

3、加盟费为300-500元/年。

4、由于戴丝玉线下串货比较严重，所以针对现有淘宝网经营戴丝玉品牌的经销商，若非好内衣网会员，必须预付网络加盟费300元/年享受网络销售权。

(三)代销政策

1、戴丝玉淘宝最低限价为6.5折，所有经销商的标价不得低于最低限价折扣;

2、普通代销店必须将戴丝玉的产品作为主推产品在店铺首页进行展示，并重点向顾客推荐;

3、宝贝标题的修改，好内衣网提供的数据包中的标题只体现了产品的简单的基本属性，是作为通用型的数据包，经销商在上架宝贝后必须自行修改宝贝标题，对宝贝细节描述也可自行调整模板布局和添加完整的宝贝描述;

4、产品知识的学习，针对很多的经销商对于产品不了解，给好内衣网客服工作带来众多不便，因此对于代理戴丝玉产品的经销商，在上架完宝贝之后必须仔细阅读相关宝贝的细节描述，掌握每款宝贝应有的搭配款式和推荐款式，在下单时候恕不接受此类的产品咨询。

5、戴丝玉品牌的授权店需要装修店铺的，促销板块只能是于戴丝玉相关的产品信息，并且模板更换周期不得小于一季度。

**网络销售工作计划书篇十八**

以下是我对企业开展网络营销工作的一点设想：

一、 网络营销实施环境初步评估

我们在讨论是否实施及如何实施网络营销之前，必须对目前基本现状有一个清醒的认识，这是我们工作的前提。

1、企业实施网上营销有一定优势，主要体现在：

(1)企业产品为高技术产品。

(2)潜在用户主要为技术人员，其网络应用程度较高。

(3)产品销售范围广，国内市场乃至国际市场。

(4)同行业网络营销运用仍处初期，较强的网上竞争对手还未出现。

(5)本企业员工计算机及网络应用已具备良好水平。

另外，开展网络客户服务也有非常优势，理由：

(1)客户服务对企业至关重要，但服务地域广，任务重，成本高。

(2)客户服务属技术指导性质，如充分沟通可远距离完成。

2、 目前可能存在的不足：

(1)对网络营销认识程度还较低。未开展深入系统的研究，其应用对本企业及所在行业成长可能带来的影响还缺乏评估。

(2)尚未形成明确的网络营销工作思路，没有专业部门或专职经理承担责任整体实施。

(3)虽已建立起企业网站但由于其在表现形式、内容及资讯含量、网站功能、网站推广等地方有所不足，尚未发挥其应有的作用。

(4)现有的网站管理模式尚不完善，难以适应开展网络营销的规定。如：网站维护、更新方法，isp提供的服务等等。

(5)现行的网上反馈资讯管理是否高效应重新评估

3、结论：

1、 初步认为网络营销在企业具备可行性，有着良好的成长前景，运用得当可能为企业带来重大贡献，存在由此引发企业经营方法重大变革的可能。

2、本企业网络运用水平虽强于一般企业或同行，但领先程度有限，网络营销还处于准备阶段，还未正式起步。

保持清醒认识将有利于我们明确目标，改进不足，制定措施，快速推动。

二、企业网络营销战略拟定

1、制定网络营销战略需考虑的因素：

我们应该确立怎样的成长战略，以什么态度，以怎样的方法与速度推动其成长，需从下列因素考虑：

(1)从企业长远成长战略考虑

网络营销的采用，是在新的市场条件下发生的，说明企专业部与外部条件正在发生变化，能否适应这样的变化，尽可能迅速地制定对策，运用新的思维新的工具开展工作，这既关系到企业短期效益更深刻影响到企业的长期经营。

社会资讯化、企业资讯化、商务电子化，这已是公认的趋势，而网络营销正是这种变化在企业营销领域的运用，由于其相对电子商务而言更易实施，更快见效，所以优先得到了应用。网络营销的运用既是新的经营手段，同时也是企业进入网络资讯时代，开展电子商务的必要的积累与准备，其应用能力及水平直接影响企业新的条件下管理及经营的水平。

应当说，网络营销是否应被采用已不是一个可以讨论的问题，可供选择的只是如何去更好地适应，以怎样的态度与方法去适应。我认为快适应可赢得更多的空间，对企业有利。

本企业是一个技术型企业，企业核心价值在技术，时刻保持技术优势是成长的关键。但应看到，只有有效解决营销与客户服务，企业才可能有更多的精力与资源用于技术开发。

另外，从企业目前情况看，我们可否推断：当前影响企业更快成长的，其最主要障碍，是营销问题，正是此问题难以有效突破，成为了成长的瓶颈。传统办法成本高，效果缓慢。我们需要尝试新的营销手段。网络营销成为必然的选择。

(2)从企业竞争优势的获取考虑

我们的企业面临着激烈的竞争，市场条件下大多如此。能否保持竞争中的优势地位，有时甚至比企业的效益还重要。传统条件下，我们可以采取的方法极为有限，因为大家都在这么做，我们很难保证能比对手做的更好。正因如此每每出现竞争格局的大调整大多是诞生了新的技术或市场手段。

行业也是如此，本企业能在国内市场脱颖而出关键在技术，但既使在国内我们的技术优势也是有限的，更不必说与wto后即将全面进入中国的国际品牌。技术优势为我们赢得市场奠定了一定基础，但对于立志成为行业先锋的我们而言当然不应沾沾自喜，我们的市场分额还太小，还只是是个后起之秀，还未成为行专业强手。支撑我们继续赶超的仅\*技术优势是不够的，必须在营销上突破。传统的办法成本高、难度大，难以胜任。

网络营销手段的出现为我们提供了一种可能。作为后发企业，我们的优势是包袱轻、观念新、敢于探索，发扬我们的长处另辟新径，是我们赢得竞争优势的最佳选择。早一步运用新工具，就可能赢取全新的竞争局面。

(3)从企业营销工作的特点考虑

网络营销作为新的手段，其本身具有传统方法无可比拟的先进性。运用网络平台技术企业可与客户缩短时间、空间距离，实现每周7天，每天24小时工作，运用数据库等工具可实现一对一直复营销，实现与客户充分的交互与沟通，网络营销基本上可以完成除交货及付款外的所有工作(将来与电子商务衔接后此两点也可网上实现)。

**网络销售工作计划书篇十九**

随着山东区市场逐渐发展成熟，竞争日益激烈，机遇与考验并存。销售工作仍将是我们公司的工作重点，面对先期投入，正视现有市场，作为我山东区销售经理，我创业激情高涨，信心百倍，又深感责任重大。

着眼公司当前，兼顾未来发展。在总经理的领导下，在销售工作中我坚持做到：突出重点维护现有市场，把握时机开发潜在客户，注重销售细节，强化优质服务，稳固和提高市场占有率，积极争取圆满完成销售任务。

一、销量指标：

二、计划拟定：

1、年初拟定《年度销售总体计划》;

2、年终拟定《年度销售总结》;

3、月初拟定《月销售计划表》和《月访客户计划表》;

4、月末拟定《月销售统计表》和《月访客户统计表》;

至20xx年12月31日，山东区销售任务560万元，销售目标700万元(20xx年度销售计划表附后);

三、客户分类：

根据20xx年度销售额度，对市场进行细分化，将现有客户分为vip用户、一级用户、二级用户和其它用户四大类，并对各级用户进行全面分析。

四、实施措施：

1、技术交流：

(1)本年度针对vip客户的技术部、售后服务部开展一次技术交流研讨会;

(2)参加相关行业展会两次，其中展会期间安排一场大型联谊座谈会;

2、客户回访：

目前在国内市场上流通的相似品牌有七八种之多，与我司品牌相当的有三四种，技术方面不相上下，竞争愈来愈激烈,已构成市场威胁。为稳固和拓展市场，务必加强与客户的交流，协调与客户、直接用户之间的关系。

(1)为与客户加强信息交流，增近感情，对vip客户每月拜访一次;对一级客户每两月拜访一次;对于二级客户根据实际情况另行安排拜访时间;

(2)适应把握形势，销售工作已不仅仅是销货到我们的客户方即为结束，还要帮助客户出货，帮助客户做直接用户的工作，这项工作列入我20xx年工作重点。

3、网络检索：

充分发挥我司网站及网络资源，通过信息检索发现掌握销售信息。

4、售后协调：

目前情况下，我公司仍然以贸易为主，“卖产品不如卖服务”，在下一步工作中，我们要增强责任感，不断强化优质服务。

用户使用我们的产品如同享受我们提供的服务，从稳固市场、长远合作的角度，我们务必强化为客户负责的意识，把握每一次与用户接触的机会，提供热情详细周到的售后服务，给公司增加一个制胜的筹码。

本年度我将严格遵守公司各项规章制度，加强业务学习，提高业务水平，努力完成销售任务。挑战已经到来，既然选择了远方，何畏风雨兼程，我相信：用心一定能赢得精彩!

**网络销售工作计划书篇二十**

一、网络营销实施环境初步评估

我们在讨论是否实施及如何实施网络营销之前，必须对目前基本现状有一个清醒的认识，这是我们工作的前提。

1、企业实施网上营销有一定优势，主要体现在：

(1)企业产品为高技术产品。

(2)潜在用户主要为技术人员，其网络应用程度较高。

(3)产品销售范围广，国内市场乃至国际市场。

(4)同行业网络营销运用仍处初期，较强的网上竞争对手还未出现。

(5)本企业员工计算机及网络应用已具备良好水平。

另外，开展网络客户服务也有非常优势，理由：

(1)客户服务对企业至关重要，但服务地域广，任务重，成本高。

(2)客户服务属技术指导性质，如充分沟通可远距离完成。

2、目前可能存在的不足：

(1)对网络营销认识程度还较低。未开展深入系统的研究，其应用对本企业及所在行业成长可能带来的影响还缺乏评估。

(2)尚未形成明确的网络营销工作思路，没有专业部门或专职经理承担责任整体实施。

(3)虽已建立起企业网站但由于其在表现形式、内容及资讯含量、网站功能、网站推广等地方有所不足，尚未发挥其应有的作用。

(4)现有的网站管理模式尚不完善，难以适应开展网络营销的规定。如：网站维护、更新方法，isp提供的服务等等。

(5)现行的网上反馈资讯管理是否高效应重新评估

3、论：

1、初步认为网络营销在企业具备可行性，有着良好的成长前景，运用得当可能为企业带来重大贡献，存在由此引发企业经营方法重大变革的可能。

2、本企业网络运用水平虽强于一般企业或同行，但领先程度有限，网络营销还处于准备阶段，还未正式起步。

保持清醒认识将有利于我们明确目标，改进不足，制定措施，快速推动。

二、企业网络营销战略拟定

-、制定网络营销战略需考虑的因素：

我们应该确立怎样的成长战略，以什么态度，以怎样的方法与速度推动其成长，需从下列因素考虑：

(1)从企业长远成长战略考虑

网络营销的采用，是在新的市场条件下发生的，说明企专业部与外部条件正在发生变化，能否适应这样的变化，尽可能迅速地制定对策，运用新的思维新的工具开展工作，这既关系到企业短期效益更深刻影响到企业的长期经营。

社会资讯化、企业资讯化、商务电子化，这已是公认的趋势，而网络营销正是这种变化在企业营销领域的运用，由于其相对电子商务而言更易实施，更快见效，所以优先得到了应用。网络营销的运用既是新的经营手段，同时也是企业进入网络资讯时代，开展电子商务的必要的积累与准备，其应用能力及水平直接影响企业新的条件下管理及经营的水平。

应当说，网络营销是否应被采用已不是一个可以讨论的问题，可供选择的只是如何去更好地适应，以怎样的态度与方法去适应。我认为快适应可赢得更多的空间，对企业有利。

本企业是一个技术型企业，企业核心价值在技术，时刻保持技术优势是成长的关键。但应看到，只有有效解决营销与客户服务，企业才可能有更多的精力与资源用于技术开发。

另外，从企业目前情况看，我们可否推断：当前影响企业更快成长的，其最主要障碍，是营销问题，正是此问题难以有效突破，成为了成长的瓶颈。传统办法成本高，效果缓慢。我们需要尝试新的营销手段。网络营销成为必然的选择。

(2)从企业竞争优势的获取考虑

我们的企业面临着激烈的竞争，市场条件下大多如此。能否保持竞争中的优势地位，有时甚至比企业的效益还重要。传统条件下，我们可以采取的方法极为有限，因为大家都在这么做，我们很难保证能比对手做的更好。正因如此每每出现竞争格局的大调整大多是诞生了新的技术或市场手段。

行业也是如此，本企业能在国内市场脱颖而出关键在技术，但既使在国内我们的技术优势也是有限的，更不必说与wto后即将全面进入中国的国际品牌。技术优势为我们赢得市场奠定了一定基础，但对于立志成为行业先锋的我们而言当然不应沾沾自喜，我们的市场分额还太小，还只是是个后起之秀，还未成为行专业强手。支撑我们继续赶超的仅\*技术优势是不够的，必须在营销上突破。传统的办法成本高、难度大，难以胜任。

网络营销手段的出现为我们提供了一种可能。作为后发企业，我们的优势是包袱轻、观念新、敢于探索，发扬我们的长处另辟新径，是我们赢得竞争优势的最佳选择。早一步运用新工具，就可能赢取全新的竞争局面。

(3)从企业营销工作的特点考虑

网络营销作为新的手段，其本身具有传统方法无可比拟的先进性。运用网络平台技术企业可与客户缩短时间、空间距离，实现每周7天，每天24小时工作，运用数据库等工具可实现一对一直复营销，实现与客户充分的交互与沟通，网络营销基本上可以完成除交货及付付款外的所有工作(将来与电子商务衔接后此两点也可网上实现)。

**网络销售工作计划书篇二十一**

网络营销，作为电子商务的第一步，是资讯时代企业营销的重要手段，甚至主要手段。当前，随着网络应用环境的快速成熟，网络营销已引起企业界广泛注意，并已开始现实应用。作为年轻的技术型企业，本企业有条件且有必要开展积极的尝试，使企业的营销工作步入全新的轨道，确保企业继续跳跃式高速成长。

以下是我对企业开展网络营销工作的一点设想：

一、 网络营销实施环境初步评估

我们在讨论是否实施及如何实施网络营销之前，必须对目前基本现状有一个清醒的认识，这是我们工作的前提。

1、企业实施网上营销有一定优势，主要体现在：

(1)企业产品为高技术产品。

(2)潜在用户主要为技术人员，其网络应用程度较高。

(3)产品销售范围广，国内市场乃至国际市场。

(4)同行业网络营销运用仍处初期，较强的网上竞争对手还未出现。

(5)本企业员工计算机及网络应用已具备良好水平。

另外，开展网络客户服务也有非常优势，理由：

(1)客户服务对企业至关重要，但服务地域广，任务重，成本高。

(2)客户服务属技术指导性质，如充分沟通可远距离完成。

2、 目前可能存在的不足：

(1)对网络营销认识程度还较低。未开展深入系统的研究，其应用对本企业及所在行业成长可能带来的影响还缺乏评估。

(2)尚未形成明确的网络营销工作思路，没有专业部门或专职经理承担责任整体实施。

(3)虽已建立起企业网站但由于其在表现形式、内容及资讯含量、网站功能、网站推广等地方有所不足，尚未发挥其应有的作用。

(4)现有的网站管理模式尚不完善，难以适应开展网络营销的规定。如：网站维护、更新方法，isp提供的服务等等。

(5)现行的网上反馈资讯管理是否高效应重新评估

3、结论：

1、 初步认为网络营销在企业具备可行性，有着良好的成长前景，运用得当可能为企业带来重大贡献，存在由此引发企业经营方法重大变革的可能。

2、本企业网络运用水平虽强于一般企业或同行，但领先程度有限，网络营销还处于准备阶段，还未正式起步。

保持清醒认识将有利于我们明确目标，改进不足，制定措施，快速推动。

二、企业网络营销战略拟定

1lg2无忧研修网

-、制定网络营销战略需考虑的因素：

我们应该确立怎样的成长战略，以什么态度，以怎样的方法与速度推动其成长，需从下列因素考虑：

(1)从企业长远成长战略考虑

网络营销的采用，是在新的市场条件下发生的，说明企专业部与外部条件正在发生变化，能否适应这样的变化，尽可能迅速地制定对策，运用新的思维新的工具开展工作，这既关系到企业短期效益更深刻影响到企业的长期经营。

社会资讯化、企业资讯化、商务电子化，这已是公认的趋势，而网络营销正是这种变化在企业营销领域的运用，由于其相对电子商务而言更易实施，更快见效，所以优先得到了应用。网络营销的运用既是新的经营手段，同时也是企业进入网络资讯时代，开展电子商务的必要的积累与准备，其应用能力及水平直接影响企业新的条件下管理及经营的水平。

应当说，网络营销是否应被采用已不是一个可以讨论的问题，可供选择的只是如何去更好地适应，以怎样的态度与方法去适应。我认为快适应可赢得更多的空间，对企业有利。

本企业是一个技术型企业，企业核心价值在技术，时刻保持技术优势是成长的关键。但应看到，只有有效解决营销与客户服务，企业才可能有更多的精力与资源用于技术开发。

另外，从企业目前情况看，我们可否推断：当前影响企业更快成长的，其最主要障碍，是营销问题，正是此问题难以有效突破，成为了成长的瓶颈。传统办法成本高，效果缓慢。我们需要尝试新的营销手段。网络营销成为必然的选择。

(2)从企业竞争优势的获取考虑

我们的企业面临着激烈的竞争，市场条件下大多如此。能否保持竞争中的优势地位，有时甚至比企业的效益还重要。传统条件下，我们可以采取的方法极为有限，因为大家都在这么做，我们很难保证能比对手做的更好。正因如此每每出现竞争格局的大调整大多是诞生了新的技术或市场手段。

行业也是如此，本企业能在国内市场脱颖而出关键在技术，但既使在国内我们的技术优势也是有限的，更不必说与wto后即将全面进入中国的国际品牌。技术优势为我们赢得市场奠定了一定基础，但对于立志成为行业先锋的我们而言当然不应沾沾自喜，我们的市场分额还太小，还只是是个后起之秀，还未成为行专业强手。支撑我们继续赶超的仅\*技术优势是不够的，必须在营销上突破。传统的办法成本高、难度大，难以胜任。

网络营销手段的出现为我们提供了一种可能。作为后发企业，我们的优势是包袱轻、观念新、敢于探索，发扬我们的长处另辟新径，是我们赢得竞争优势的最佳选择。早一步运用新工具，就可能赢取全新的竞争局面。

(3)从企业营销工作的特点考虑

网络营销作为新的手段，其本身具有传统方法无可比拟的先进性。运用网络平台技术企业可与客户缩短时间、空间距离，实现每周7天，每天24小时工作，运用数据库等工具可实现一对一直复营销，实现与客户充分的交互与沟通，网络营销基本上可以完成除交货及付款外的所有工作(将来与电子商务衔接后此两点也可网上实现)。

本企业营销工作的特点：

a、产品特点：lg2无忧研修网

-复杂程度高、标准化程度高;

b、服务特点：主要是技术支持，需求高，成本高，指导性质;

c、市场特点：点多面广，计算机网络应用程度高;

d、销售特点：以直销为主，面向技术人员开展销售;

网络营销可能产生的影响：

a、全面展示产品：可以尽可能详尽、全面地网上展示，有利于顾客了解产品，降低了人员说服的成本;

b、市场拓展：市场范围大幅扩大，向国内外所有潜在客户展开营销;

c、促进销售：开展独立或配合营销活动促进销售;

d、降低费用：减少中间环节，降低销售成本，有逐步取消人员推销的可能;

e、提高技术支持与服务水平：大幅提高服务能力及水平，通过在线自动应答及线上咨询，在全面提高服务能力的同时大幅降低费用;

f、其他：对网络的有效运用还可改变企业生产组织方法，提前实现个性化生产，利用网络提高生产外协能力，构建虚拟工厂，低成本提高生产能力;网络应用对采购方法、技术开发方法等也能产生影响。

2、本企业网络营销战略初定：

(1)充分认识网络营销作为新的战略经营手段的重要性，认可其具有的巨大效能，决心成长本企业对应策略，制定计划，积极推动，促其充分成长。

lg2无忧研修网

(2)适当平衡快速成长与企业承受力的关系，在可能的范围内适度超前成长。

(3)结合企业现状，将本企业网络营销目标初步确立为：

借助网络交互平台及网络通信工具，以直复营销、整合营销、软营销理论为指导展开营销操作，以达到拓展市场，提高品牌知名度，降低营销费用，促进销售之目的。同时积极探索网上客户服务，巩固既有市场，提高品牌美誉度。

3、企业的网络营销管理模型可描述为(网络营销的运作机理)：

推广品牌及产品==》吸引潜在用户==》开展直复营销==》促成购买

客户服务==》顾客忠诚==》增加销售

三、网络营销战略的实施：

制定了良好的成长战略，接下来就需要有可行的推动计划保证其实施，我们可按下列步骤操作执行：

1.确定承担责任部门、人员、职能及营销预算

网络营销属营销工作，一般由营销lg2无忧研修网

-部门承担责任，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，也应保证有专人承担责任，工作初期调查、筹划、协调、组织，任务繁重，兼职很难保证工作的完成。

专职网络营销人员职责应包括：

(1)综合企业各部门意见，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)网上反馈资讯管理。

(5)独立开展网上营销活动。

(6)对企业其他部门实施网上营销支持。

(7)网上资讯资源收集及管理，对企业网络资源应用提供指导。

在网络营销费用地方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，我们的营销预算可能来自于：

(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、网络宣传费等

2.综合各部门意见，构建网站交互平台

企业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、企业管理及文化建设、合作企业交流等等功能，只有在广泛集合企业各地方意见的前提下才能逐步建立起满足规定的网站平台。

构建网站应注意网站应有如下功能：

(1)资讯丰富：资讯量太低是目前企业网站的通病;

(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，才能满足企业各部门规定。

(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遇，实现在线交互。

可以看出，本企业现有的网站在以上地方均有不足，需要逐步改进(方案另附)。

3.制定网站推广方案并实施

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

制定网站推广计划应考虑的因素有：

(1)本企业产品的潜在用户范围;

(2)分清楚本公lg2无忧研修网

-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)我们以怎样的方法向其推广效果更佳;

(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。

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开展宣传;

(5)通过新闻组开展宣传;

(6)在企业名片等对外资料中标明网址;

(7)在企业所有对外宣传中添加网址宣传;

(8)借助传统媒体开展适当宣传。

注：有关网站推广的计划另行制定。

4.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，借此我们应开展网络营销效果的初步评估，以使工作迈上一个新的台阶。

评估内容包括：

(1)企业网站建设是否成功，有哪些不足;

(2)网站推广是否有效;

(3)网上客户参与度如何?分析缘故;

(4)潜在客户及现有客户对我网上营销的接受程度如何;

(5)企业对网上反馈资讯的处理是否积极有效;

(6)企业各部门对网络营销的配合是否高效。

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。

5.全面网络营销实施

在此阶段我们将展开全面的有计划网上营销。如开展面向潜在客户的市场调查、资料收集、面向用户企业的网上公关、面向现有用户的网上使用咨询、客户服务、面向同行的竞争资料收集及监控、面向开发人员的技术交流、面向经销商的调查及管理等等。我们将充分利用现有条件开展可行的营销活动。

6.使网络营销与企业管理融为一体

网络营销的有效运用，将可对企业其他部门的运营产生积极影响，同时也影响到企业的整体运营管理。作为网络资讯条件经营方法的探索，它将极大推动企业走向新lg2无忧研修网

-经济的步伐。它将发挥如下作用：

促进企专业部资讯化建设，加快企业电子商务准备，完善企业管理资讯系统，提高企业管理的品质与效率，提高员工素质，培养电子商务精英。

这些变化将影响企业现有的生产组织形式、销售方法、开发方法、管理方法等等，推动企业开展经营方法的战略性转型。

总之，网络营销的开展是一项艰巨而又复杂的工作，绝非建网站收mail如此简单。好的效果需要扎实的工作积累，不可一蹴而就。同时我们也完全有理由相信，本企业网络营销的运作前景良好，只要我们有信心、有决心，就一定能够获得成功。

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