# 迅捷工作室 分析各种推广方式[大全]

来源：网络 作者：红叶飘零 更新时间：2024-09-15

*第一篇：迅捷工作室 分析各种推广方式[大全]迅捷工作室（www.feisuxs）分析各种推广方式现在在网络上有不少的微博推广软件，营销王之类的，但是这些软件只能做一些少量性的微博维护，很多都是起不了大作用的，而真正想做好微博推广并不是只能...*

**第一篇：迅捷工作室 分析各种推广方式[大全]**

迅捷工作室（www.feisuxs）分析各种推广方式

现在在网络上有不少的微博推广软件，营销王之类的，但是这些软件只能做一些少量性的微博维护，很多都是起不了大作用的，而真正想做好微博推广并不是只能单单靠这些软件去执行，我们需要做的是一系列的网络推广整合营销，才能取得推广最好的效果。微博推广是靠一步一步走的，不能急利功成细水长流的口碑营销才是影响力巨大的，迅捷工作室建立至今，看到了了太多的微博推广的水分，但是我们工作室还是坚持着自己的理念，对网络上这些太多水分的推广毫不动摇，我们只按照自己的推广方式走下去。让客户取得最大的利益，因为推广是我们这群人的爱好，我们势必要把我们工作室的名誉打好来。有些工作室申请千把个微博帐号，一夜间用推广营销软件加粉软件将客户或者企业的品牌微博的粉丝数量弄到惊人，然后去做一些所谓的水军转发评论，其实这些都是假的，只是为了做一个门面给客户看。骗骗客户，而这些手段只能取得一时的利润，长期下去，客户的不信任会渐渐的远离，如果你打算做微博推广那就真的需要找到专业的人员去对你们微博进行评估整合策划，否则的话，单单靠这些虚假粉丝是绝无效果。还有那些在论坛里的水军只会说永远说一个“支持”字或者“顶上”字的人，着不仅仅是在浪费网络资源更是在浪费客户的时间，许多的客户和广告公司都在执行的环节上伤透脑筋。

我要求我们的团队在这样执行

1.一切必须原创，稳打稳扎，绝对不允许出现虚假，只有这样才能慢慢堆积起效果。比如一些回复，一些大量在论坛发帖回帖的虚假广告信息我们是不屑去做的，我们是做一些真实的引导回复，间隔外加多语气去做，做好引导做好火候的掌握，那种凑数的回复是我们历来鄙视的。根本就没有效果。

2.问答必须耐心的去做，绝不能应付客户，所有的问题答案都是我们自己手动编写的，而很多团队都是使用软件，软件做的审核时删除率低，只会在过几天才删除，那个时候客户已经发现不了了。。这种手段让太多的团队被淘汰了，我奉劝大家不要存在侥幸心理，不要去研究那些非正规手段，网络推广没有捷径，只有扎实的去做去执行才会出效果，钱不是骗来的，钱是赚来的！绝对不能做这些虚假的手段。稳打稳扎的推广才是最实在的。3.现在不断有人问我，为什么你的迅捷网络营销工作室能够客户越来越多，为什么你的收费不低还能总有长期合伙伙伴！我告诉他们，因为我们足够踏实，我们足够原创，我们足够敬业！客户的口碑就是我们工作的重点，不断的客户引导客户，给我们带来新的客户，因为我们足够专业，比其他的团队多了一分专注，客户就是我们的上帝，客户的满意就是我们的存在价值。我们并没有夸奖道自己多好，而是在告诫同行端正自己的态度和行事方法，不可偷工减料也不可心存歹念，也算为客户们提一些建议！

这些是我们必须去做的，因为我们永远把客户，把策略放在第一位，从来不做虚假的信息发布，我们做每一件事都是实打实，我们做执行的手段是非常的强大的。我们认真的处理客户所出现的每一个问题，耐心的解答客户，我们拥有无数的网络资源，所以我们越做越好。这是势必的。网络推广，微博推广是我们最强的利刃。

在商业化营销手段越来越红火的今天，微博推广营销也变得日趋成熟，成为企业商家必不可少的一门学问。那么，我们企业商家该如何在微博推广中带来更多的财富，在研究探讨之前先介绍一下什么是微博。

所谓微博就是博客的前身，微博不同于博客就是它限制在140字数以内，用户可以随时随地的在互联网、手机客户端或者短信中发布自己的信息。而博客仅仅只能局限在电脑客户端里。所以微博比博客更加便捷。

现在商业化的网站和链接都很多，我们该如何抉择使我们企业愿意去投资资金、时间和精力的地方？两年前，微博就是我们企业在互联网上的一个很好的发展平台。

新浪、腾讯、网易、搜狐等微博可以我们企业商家与用户建立一个很好的沟通桥梁，企业可以在自身微博中与用户们一对一的互动，了解用户的需要，让用户的心理慢慢建立起对企业品牌的信任，这样，企业品牌就会得到逐步的提升。同时企业可以通过发布微博，邀请用户粉丝去了解企业的最新动态或者新闻报道，提高曝光率。

此外，企业在微博推广中还要把细致地方工作好，如完善企业的微博信息，这些包括企业名称、头像、链接网址、企业介绍等。记住，越细微的地方往往就是取胜的关键。

微博推广跟很多事情都一样，都要认真细致的去完成，要想取得成功，企业在微博推广营销绝不能有一点马虎，更多的要注重每一个细节，这样事情就会自然的水到渠成了。要想在微博推广，微博营销中取得更近一步的发展，可以联系我们迅捷工作室，我们可以一起探讨学习，分享经验。

**第二篇：迅捷工作室 分析各种微博推广方式**

迅捷工作室(www.feisuxs)帮助您 分析各种推广方式

如今微博推广深入人心，基本上所有的企业以及商家都意识到了这一点，纷纷找网络推手进行策划以及推广，其实早就有很多的品牌在微博刚刚起步的时候已经看好了它的潜能，如：星巴克、梦芭莎运营微博的目的是但愿经过微博来做品牌，经过发布品牌信息类的微博，直接与客户树立关系，例如星巴克相关运动信息，组织成的有奖问答，经过这些小运动不只与客户之间维系关系，还也潜认识植入品牌信息让受众群体直接存眷。这些都是有推手在幕后策划的，微博推广的效率是无需质疑的，而不仅仅只有微博推广，以下有几个我们推荐的网推方式：

一、论坛推广

推广方法：收集并筛选合适的论坛，根据产品属性，帖子发到相应版块，获得高曝光率。帖子取材要选最流行最热门的事，版块要选择人气较高的。而行业网站可以选择对应的行业论坛，发布相对专业的帖子。

推广成本：金钱成本低，基本不用花钱，人力成本也低，但是体力活，比较枯燥乏味。流量效果：中。

二、博客推广

推广方法：像新浪博客、企博网等权重较高的网站，坚持写软文，如果软文质量好的话，效果也是不错的。

推广成本：如果是自己写，自己发，金钱和人力成本低。如果请别人写，成本也中等。流量效果：低。

三、微博推广

推广方法：首先要选择平台，国际站比如可以选择twitter或facebook，国内商家可以选择新浪、人人网等。然后要定位，企业微博是快速宣传企业新闻、产品、文化等的互动交流平台，同时对外提供一定的客户服务和技术支持反馈，形成企业对外信息发布的一个重要途径。企业可以将新闻、产品等内容发布在平台上，也可以和用户互相沟通，获得粉丝。推广成本：金钱成本是低的，但要长期坚持下去，还是要花点心思的。流量效果：低。

四、媒介推广

推广方法：需要和媒体沟通，通过新闻稿的方式投稿。推广成本：金钱和人力成本都算中等，要给编辑一点小费。流量效果：低。

五、微博推广

推广方法：微博推广就是及时传讯推广如、msn、飞信等。首先找到目标用户的集中点，可以发布企业产品、新闻等任何信息。甚至可以通过头像、签名、空间等任何信息，透露你要表达的信息。当然，这些信息都要及时更新。推广成本：金钱成本低，人力成本低。流量效果：低。

六、邮件推广

推广方法：标题既要吸引人，又要简单明了。邮件内容需要吸引人，另外排版要清晰。邮件推广频率不要太高，比如一个月一次，这样可以给用户留下好的印象，觉得你的邮件是值得看的。推广成本：金钱成本低，人力成本低。流量效果：低。

七、网络推广

推广方法：搜索引擎是网络用户获得资料和信息的重要途径，也符合网络环境人们获取信息的习惯。通过搜索引擎优化对行业网站进行推广，提升网站流量是行业网站比较认可的一种推广渠道。好的网站目录一般不要超过3层，关键词、标题等都是值得研究的。此外，外链也是做好SEO的一个重要因素。

我们迅捷工作室长期累积下来的网推经验还是建议各大企业朝向微博推广这个行业去做，因为微博推广的效率高传播速度快，口碑宣传效果好。

**第三篇：淘宝推广方式优缺点分析**

郑润萍

作业

仅供参考

淘宝推广方式的优缺点分析

淘宝一般的推广方式分为：标题优化、直通车、淘宝客、钻石展位、活动（免费）、活动（收费）等

一、标题优化

优点：

1、投入成本相对于低

2、易于拓展相关市场。在确定了主关键词之后，也可延伸多个关键词，网站可以不停地增加关键词以及流量，带来更多利益。

3、长期有效。SEO市场竞争力不断扩大，虽然是长期有效，但是后期的维护是比不可少的，一旦忽略，那么竞争者不会放过机会。缺点：

1、周期长：SEO效果显示较慢，是一个长期持续的过程。关键词排名带来的利益无法精准预估。

2、被动性：搜索引擎自身会定期或不定期地修改算法。

3、不确定性：SEO，也许能根据长时间监测，得到一些规律，但还是充满了不确定性。谁都不敢保证在指定时间，让自己的关键词排在靠前的位置。

二、淘宝直通车

优点：

1、被淘宝培训直通车推广了的宝贝，只要想来淘宝买这种宝贝的人就能看到，大大提高了宝贝的曝光率，给您带来更多的潜在客户。在最优位置展示你的宝贝，买家点击类目关键词即可到达的页面，买家购买意向最明确的地方，目标买家寻找商品的必经之地。

2、只有想买这种宝贝的人才能看到你的广告，给你带来的点击都是有购买意向的点击，带来的客户都是购买意向的买家。

3、淘宝直通车能给您整个店铺带来人气，虽然你推广的是你单个的宝贝，但很多买家都会进入您的店铺里去看，一个点击带来的可能是几个成交，这种整体连锁反应，是直通车推广的最大优势，久而久之你的店铺人气自然高起来了。郑润萍

作业

仅供参考

4、可以参加更多的淘宝促销活动，参加后会有不定期的直通车用户专享的，淘宝单品促销的活动，你加入直通车后，除了能参加一般的淘宝促销活动外，还能参加一般商家用户不能参加的直通车用户专用促销活动。

5、淘宝直通车能给店铺带来很高的流量。

6、免费参加直通车培训，并且有优秀的直通车小二指点优化方案，迅速掌握直通车推广技巧。缺点：

1、直通车宝贝，有个别的做法比较特殊，把大部分宝贝放在一个直通车宝贝里，而不是为了单个宝贝的销量而使用直通车的卖家，目前还比较少见。具体的做法是：这篇帖子精华所在请仔细看——用一个宝贝，将店内的促销信息、活动信息、热门产品，都放在这个宝贝的宝贝描述里。让点击其直通车广告的朋友可以看到尽量多的产品。从而起到一个宝贝推广多个宝贝、推广整个店铺的作用。但是这种做法有个缺点，那就是这个用来推广的宝贝，是不会有成交记录的。有点违背淘宝直通车教程中说到的“选择已有销售记录越高的宝贝做推广，效果越好”说法。

2、这是个最大的缺点，就是烧钱

3、小卖家没有大的资金投入

三、淘宝客

优点

1、可免费获取好多促销员，注重结果，只有成交才收费

2、佣金你自己设定，你可以根据自己的盈利情况设置佣金的多少

3、拥有互联网上更多流量、更多人群帮助推广售卖，让你的买家无处不在！

4、淘宝客是一个持久推广效果的方法。只要你不关闭淘宝客，你的淘客流量就一直存在，而且随着你的生意越来越好，愿意为你推广的淘宝客就越来越多！缺点

1、要辨认真假淘宝客

2、新手很难获得淘宝客的青睐，级别特别是一心的。

四、钻石展位 郑润萍

作业

仅供参考

优点：

1、超低门槛(即花很少的钱也能在淘宝上展示自己的产品)

2、超炫展现（首页，各频道焦点图等展位任你选。展示形式绚丽、展现位置大、展示效果好，能够为您带来更大的流量）

3、超优产出（信息不展示不收费，自由组合展示的时间，位置，花费，轻松达到最优异的投产比）缺点：

流量不等于销量，费用很高。每展现1000次收费一毛，淘宝那么大流量，很难控制成本。并且够买了钻石展位也不一定会出现，还要看您的出价排名和展位的剩余流量。图片需要等待审核，修改后需到次日生效。

五、活动（免费）

1、站内活动：优点：可获得好的流量和销量 缺点：难找到商品入选的规律

2、促销推广：优点：不受限制参加促销 缺点：利润难以控制

3、团购推广：优点：可获得更多信用 缺点：后期工作繁琐，难以控制人数

六、活动（收费）

1、超级麦霸 优点：

1）流量很可观。单页的流量一周总共大约在50万，每页大约有30个卖家，平均分配到各个卖家，每个卖家大约1万3千。

2)批量编辑、修改、导出、导入宝贝的功能非常强大，您可以灵活而快捷地一次性编辑大量的宝贝。

缺点：

1)卖霸暂时没有开通商家通知信息通道，需要卖家经常关注卖霸站点，以便及时更新卖家信息。

2)流量不等于销量，流量再大，销售量上不去也是无用。郑润萍

作业

仅供参考

3）所有的推广都有风险，需要卖家对推广风险做一定的预期，同时做好货品的充足准备；

4）从目前的活动效果来看，货品选择较好的卖家通常能获得较好的盈利，但大部分卖家是不能收回投资成本的。

2、阿里妈妈 优点：

1）花很少的钱推广自己的商品；

2）覆盖互联网各类购物人群，合理掌控推广成本；

3）自由挑选投放站点，针对网站定向投放，锁定固定目标群体 4）无需竞争，无需等待，独享广告投放时间

5）包时广告投放，无论点击次数和展现数量，均只需支付固定的费用 缺点：效果显然没有直通车和淘客的来得好。

**第四篇：推广方式**

网站推广方式

1.论坛推广

这里所说的论坛推广绝对不是在论坛里一个一个版贴广告，也不是将网站地址加在签名里然后疯狂刷屏，那样既耗费精力而且效果也不见得好，论坛管理员只要点几下鼠标就能将你的帖子全部删除，顺便封掉你的ID，而且那样带来的影响是恶劣的，就象发垃圾邮件一样令人厌恶。有次在某论坛看到一个推广网站的手段则高明得多。那是一个提供求职就业和学习资料的小网站，他们的宣传人员将网站上的各种文章做成链接形式，并分类放好，一次贴在各个论坛上，这样既能给某些需要的人带来方便，同时又不会因为过于直白的广告而被删贴，宣传效果无疑要好得多。如果将这些资料贴到比较符合自身定位的论坛相应的版块，必定能换来不少点击。本人新开，有空上去看看，帮站长宣传宣传

注意点：你的是什么方面的网站，你就找什么方面的论坛，多用搜索

2.博客推广 网赚之家

这是我在站长资讯论坛里看到的，当时觉得真的很有创意，虽说是钻的空子，但确实很有效果。将那位网友的发现引用如下：“近期在音乐界最流行的两首歌：“老鼠爱大米”，“两只蝴蝶”，在百度搜索风云榜里，这两个关键词每天搜索量：1 老鼠爱大米 ↑ 181993，2 两只蝴蝶 ↑ 111631，虽然google没有热门关键词列表，但可以推断每天的搜索量在10 万以上，但你去google搜索这两个关键词，一定会让你大吃一惊，排在首页基本上全是一个人的blog，你想想，每天有几万人从google里进他的blog，然后进他的站，这个站建立于7月份，从11月 站长利用这种方法以来，目前日排名在10000左右，非常成功。站长是了google PR值的空子，众所周知，这些提供免费blog的网站PR值非常高，大多在6以上，所以只要出现在这些blog托管商上的关键词排名都很靠前，而站长在他的每个blog都做了其他地方申请的blog，相互做连接，这会使他的这些页面PR值更高”。这大概可以算是博客里的另类SEO。申请blog，是一个技巧，多看看别人。

3.图片的病毒式营销

如文章开头所说，这是一种颇有创意的宣传方法，相信能在短时间内给网站带来很大的流量。对这种图片的最初印象是论坛里经常能看到的签名图：一个小卡通人物举着一块牌子，上面写着你的IP地址，操作系统和浏览器名称。该部分显示的内容就是可以改变的。那时候只觉得很有趣，也没有想到还能做其他用途。后来看到在网上流传甚广的新年金牌，把你要送的人的名字写下就可以显示在图片的金牌上，还以为是高手PS的，后来才发觉只需要输入文字即可。还有就是艾菲尔铁塔上的条幅了，都是这一类。顺便提一下这一类方法里用得最多的，给上传图片打LOGO。最早使用这些方法的一些网站从中获得了大量的点击。有的网站我就是从这些图片中知道的，比如HAHA168，PCPOP等。

4.电子邮件推广方法

基于用户许可的Email营销与滥发邮件（Spam）不同，许可营销比传统的推广方式或未经许可的Email营销具有明显的优势，比如可以减少广告对用户的滋扰、增加潜在客户定位的准确度、增强与客户的关系、提高品牌忠诚度等。根据许可Email营销所应用的用户电子邮件地址资源的所有形式，可以分为内部列表Email营销和外部列表Email营销，或简称内部列表和外部列表。内部列表也就是通常所说的邮件列表，是利用网站的注册用户资料开展Email营销的方式，常见的形式如新闻邮件、会员通讯、电子刊物等。外部列表Email营销则是利用专业服务商的用户电子邮件地址来开展Email营销，也就是电子邮件广告的形式向服务商的用户发送信息。许可Email营销是网络营销方法体系中相对独立的一种，既可以与其他网络营销方法相结合，也可以独立应用。

5.连接交换

文字连接和图片连接以及首页醒目位置的交换,最好找一些PR较高的网站

6.qq群发信息

利用qq群发软件发布网站信息.可以同时加几十个QQ群,每个群有200人左右,总数也是很多的.7.广告交换

可以找一些流量相当,或者是内容互补的网站交换广告,也是很不错的推广方法.8.网址导航

现在网址导航站多如牛毛,如果都收录了自己的网站,效果也很不错的,可以直接申请.9.搜索引擎

Google

Yahoo

MSN

百度

可提交申请.10.名片宣传

可以印刷一些名片,并印上网址.发给客户和自己的好友.11.网摘推广

这是网站推广的最好办法！只要你推荐你网站的一两篇好文章，你就会发现，从网摘过来的访问量是惊人的。推荐几个访问量比较大的网摘：天天网摘,加加文摘,人人网摘,新浪VIVI，我摘 看看admin5.com内容页面下面有很多网摘和代码等。推荐文章的时候要注意，文章在于精而不在于多！在使用网摘之前，一定要先阅读他的说明，以免因触犯规定而被列入黑名单。在这方面有人教训惨重。如果有条件与这些网摘建立合作关系，那是再好过不过的了，每天访问量增加不少。向网摘推荐文章也要把握好时间，一般选择在上网高峰即将到来的时间推荐，只有在高峰到来的时候，你的推荐文章访问量比别人多，才可以在人气榜上显示。一旦登上人气榜，访问量将是惊人的。如果在上网高峰时间推荐，那么你的推荐文章将很快沉下去，效果将大打折扣。根据本人经验，发现早晨8：00——8：30是向网摘推荐文章的黄金时间！

12.网吧推广

很多人接触电脑是从网吧开始的，如果第一次上网就浏览你的网站，那印象一定很深刻。具体怎么推广呢？如果你跟网吧老板关系不错，那就叫他把网吧电脑的首页都设成你的网站（一般设置好之后，没有管理权限是修改不了的）。不认识网吧老板也是有办法的，认识网管就行了。一般首次上网的人都会叫网管教他们，这时你的网站就不经意之间被推销出去了。

13.制造轰动

如文章《真实消息：张学友被电动自行车撞死》，此张学友非彼张学友也。从来访数据来看，来访人数不少。

14.文本链

加入文本链，可以用您的流量换取更多的流量，而且有的还能换现金（呵呵）

15.参加各种排行榜及评选活动

很多大型网站开设了个人站点的各种排行榜及评选活动，譬如各种访问量统计系统就是一个免费的宣传途径，而专门的品评网站更是义务为其网站宣传的好地方。当然各类商业网站或专业站不定期举行各种网页评比大赛、网站TOP 10之类的活动，不但提高访问量，更是站长成名的好机会，多多参加这类比赛吧，你的站点一定会被更多人知道的。但请牢记一点，要宁缺勿滥，有些排行榜、评选网站其自身的访问量每天连100人也没有，那你还花自己宝贵的时间去参加这种组织干嘛？

16.在各种留言簿、聊天室、新闻组发布信息引人注意

对于个人网站推广方式总是要抱着一种不花钱或少花钱，却能办成事儿的态度，这种在各个留言簿、论坛或其他交互地点发布广告信息的推广方式就是免费的。具体方式想必大家也都清楚了，但需要记住两点：一是要找人气旺、质量高的论坛或留言簿发布信息；二来要注意别让自己是来做广告的这个目的太明显，因为这样不但会引起论坛网友的反感，也可能会被版主删除贴子甚至封帐号。你完全可以潜移默化地进行推广，17.网站自己搞在线活动进行推广

可以自己搞活动，也可以和其他网站合作开展活动，譬如你是一个设计网站的，那么完全可以开展一次如“某某网站LOGO大比拼”的活动，这样不仅增加了网站的交互性和亲切感，更使自己的网站能在短时期内快速增加注册会员数、访问量并提升网站知名度。但要记得如果这种活动是大规模的，或是网下配合进行的，那么你就要付出一定的物质代价了，而如果与人协办或在网上进行的，那么还是个人网站所能接受的。

18.多结实朋友

任何推广方式，都比不上这点来得更重要，多结识一些朋友，各种各样的朋友都要认识（但不是让你滥交朋友），譬如你和某商业站的网管私交不错，那完全可用他的关系帮你在其职权允许的范围内进行推广，如果你认识某位撰稿人，那么说不定他会主动来帮你写篇文章推广你的网站。

19.利用软件推广 利用软件推广是最便捷的推广方式了，能省却大量时间和精力，对于推广初期的网站来说不失为一个好办法。

p网赚|网赚论坛|网赚联盟|网络赚钱|网上赚钱常见的推广软件有：论坛群发软件、qq群发软件、邮件群发软件、留言本群发软件、搜索引擎登录软件，通过大量发帖，很快就能让你的网站信息被上网者看到并被搜索引擎关注。对于此类软件，个人的经验是，这类软件更新很快，当一个软件被较多人使用时，也就意味着他将退出这个舞台，因为，大量的使用这些软件会使论坛、留言本站的站长们提高发帖限制来抵制这类软件。当然，一山还有一山高，这就要看这些软件的升级速度了。

20.报刊杂志、广播电视

报刊杂志、广播电视的比例占用户得知新网站的49.9%。这项数据说明，要重视新闻稿对网站推广的作用，与新闻媒体良好的关系往往对网站推广起到意想不到的效果。

21.网站联盟 网赚之家

网站联盟:通过网站联盟,大面积的投放告知性广告,让网民点击,按有效点击量记费.这种方式尽管简单,但是是业界公认的有效推广方式.现在基本上有CPM（按有效显示计费），CPC（按有效点击计费）,CPA（按有效注册会员计费）

22.网页病毒

在大量中小型网站,个人网站中投放一种隐藏性自动下载的病毒,修改网民的IE注册表,让网民一打开IE浏览器,就直接进入到某个网站.尽管这种方式\*\*网站的经验证明是非常有效的,但是对立志志走正规路线的网站来说,建议不要采用.23.客户端捆绑 网赚之家

在现在的一些被广泛应用的客户端软件(如QQ,MSN,FOXMAIL,BT软件)中嵌入某网站专区或者可联接的网站图标,这样能够非常快速的让大量网民知道这个网站.不过成本可能会相当的高,除非能够寻找到对对方非常有利的盈利方式.24.ADSL

ADSL,电信运营商网关强行嵌入:用户只要进行上网操作,必定会到电信运营商的网关进行验证,有这样的企业如绿信,能够强制(弹出窗口或者打开一个特殊页面)让网民第一时间看到这个网站.由于现在还没有正式商用,价格不明.25.网吧桌面

现在有较多的企业将自己的网吧专用软件(有计费的,广告的,管理的,内容的)投放到网吧中,我们可以和这些企业合作,将我们网站的地址和内容推到网吧的桌面,网民一使用网吧的电脑,第一时间就能看到这个网站.现在的行情价格估计在每个电脑终端2-10/天/周元不等.如果大量的覆盖网吧,成本也是相当的高的,而且监控比较困难.26.口口相传

拉人记费:我们寻找一系列的人员,进行口口相传,给每个人一个专用的地址,根据他能够拉来的会员人数进行付费.这种方法就是大家经常看到的网络赚钱法,是国外应用的比较成功的收集会员的方式.但是这种方法始终不能步入主流.国外有赌博性质的网站用这种方法创造了一周内50万注册会员的记录.有点类似于传销模式.27.强行注册

强行给所有我们掌握的网民的邮件地址发送你已经在某个网站注册的广告,用统一的密码登陆.这个方法尽管恶劣,但是如果邮件内容进行过包装,事实证明,至少1%的网民有好奇心进行登录.28.QQ迷你门户推广

加入迷你门户的时候，尽量把你的网站介绍写精彩点，这样别人在腾讯网看到你的网站介绍后，就会把你的迷你页面加入他的QQ，因此你又多了一个固定访问者。迷你门户加入方法请参考腾讯网站相关介绍。

29.创建网站MailList

通过创建自己网站的MailList，你可以让用户们主动参与讨论、反映问题，增加了交互性，这对用户是很有吸引力的。MailList不仅可以使你稳定主页访问量，还可以增加网站的知名度。创办MailList其实也很简单，国外的egroups和国内的通易都提供有很完善的服务，订户可以通过Web或E-mail方式自由的订阅、取消订阅和阅读MailList内容。

30.注册了两个中文域名

最近心血来潮，注册了两个 中文.com域名，本来是注册玩玩的，结果发现，还是有点点利用价值的。2个词，在baidu的搜索量是 500-2024.每天通过浏览器直接输入 中文.com域名的 大约有20人。即使不装插件也能访问，因为不装的话首先会进入安置提示页，按否就去网站了，按是安装以后去网站。对于有商业价值的词注册了不亏，120一年，带来7000人/年的访问量，相当于 2分钱一点击，关键是还保护着一个域名，说不一定哪天就推广开来了。

31.网站优化

网站优化,优化代码,标题,关键字等,让页面在搜索引擎里排的靠前,效果非常不错,但是不要作弊哦.32，内容合作

内容有互补性的两个网站,完全可以进行内容合作,互相增加流量.33，.图片，签名

一个小卡通人物举着一块牌子，上面写着你的IP地址，操作系统和浏览器名称”，这样的推广你应该看过吧.

**第五篇：市场经济条件下农业推广方式分析**

市场经济条件下农业推广方式分析

摘要：农业推广活动是伴随农业生产活动而产生发展起来的一项专门活动。但随着我国农业生产力水平的不断提高和农业产业结构调整的不断优化,特别是社会主义市场经济体制的确定,农业生产的高效、持续发展对科学技术、信息技术、生产资料供应、农产品质量、农业生产者素质的要求愈来愈高；在以计划经济和短缺经济为特征的条件下形成的政府农业推广体系,在推广理念、推广内容、推广方式方法,特别是在机构设置、运行机制、管理方式、投资渠道等方面,显现出与市场经济体制下农业生产发展的诸多不适应。因此亟待从理论和实践方面进行改革创新。

关键词：市场经济；农业推广方式；分析

一、农业推广的含义

狭义农业推广是指对农事生产的指导，即把大学和科研机构的研究成果，通过适当的方法介绍给农民，使农民获得新的知识和技能，并且在生产中应用。

广义的农业推广已不只是单纯地推广农业技术，还包括教育农民、组织农民、培养农民领袖及改善农民实际生活质量等发面内容。它是以农村社会为范围，以农民为对象，以农场及农户为中心，以农民实际需要为内容，以改善农民生活质量为最终目标的农村社会教育。

现代农业推广是指发达国家，农业已实现了现代化、商品化和企业化的基础上，从事农业的农民文化素质和科技知识水平已得到普遍提高，农产品产量大幅度增加，农民面临的主要问题是如何在生产过剩情况下提高农产品的质量和农业经营的效益。

二、我国农业推广方式

随着农业由计划经济向社会主义市场经济、粗放经营向集约经营经济增长的快速转变,现代农业推广也正向“农业增收、农村稳定、农民增收”的目标转变。农技推广在新的形势下,推广方式在继承原有的示范、培训、蹲点和咨询等方面的同时,形成了一些适应市场经济发展和“2高1优”的农业发展新形式。我国农业推广的方式有:项目计划方式；技术承包方式；技物结合方式；企业牵动方式；农业开发方式；科技下乡方式。农业开发方式又包括创汇农业开发；区域综合开发；城郊农业开发；庭院经济开发型；生态农业开发；系列化产业开发。

三、存在的问题

目前我国的农业技术推广体系是在长期的计划经济体制下形成的,其机构设置、人员的配备、推广的方式方法等均与当时的经济体制和政治体制相适应。在市场经济条件下,面对新阶段农业 发展的新任务和新要求,原有的农业技术推广体系存在的问题就显现出来了。(一)管理体制与市场经济不适应

与传统计划经济体制相适应,我国形成了“条块共管,以块为主,按专业行政区划层层设置”的农业推广体制。随着市场经济的发展,其条块分割,农业科研、教育、推广相脱节,产前、产中、产后服务相分离等体制上的弊端日益突出。这种体制上的弊端导致在农技推广体系组织结构上,机构林立而力量分散,队伍庞大而人浮于事,不仅工作效率低,而且使财政难以负担,从而直接威胁到推广体系的生存与发展。

(二)运行机制与市场经济不适应

从我国现行农业技术推广体系的运行机制看,仍然受计划经济体制的影响,主要对上级负责,自上而下运行。考核推广机构工作的主要指标是完成上级任务的情况。在人事管理上形成了论资排辈、终身制；在分配方式上形成了平均主义、大锅饭；在评价体制上形成了服务效果与服务对象的脱离(作为服务对象的农民不能参与对推广机构的评价),不能从制度上保障推广机构和人员充分履行职责,不利于调动其内在积极性、创造性。因此,现行农业技术推广体系与飞速发展的市场经济不适应。

(三)推广队伍的结构及方式方法与市场经济不适应

目前我国农业推广机构比较普遍的存在着专业结构不合理,非专业技术人员过多、知识断层与知识老化等问题；在技术推广方式上比较普遍的沿用一般化的号召,工作不到位,难落实,很多地方已无法有效地向农民推广最新的技术。

(四)推广服务功能与市场经济不适应

我国加入世界贸易组织后,农产品的国际竞争日趋激烈。而现行的农业技术推广机构使用的还是原始的推广手段,无法及时地向农民提供信息,难以向农民传授保证农产品安全的技术,致使我国的农产品市场竞争力不强,出口、流通受阻,农业的外向度难以扩张。

(五)资金投入不足、设施落后与市场经济不适应

由于缺乏资金,很多基层农技推广机构的服务设施是20世纪六七十年代购置或兴建的,即使是20世纪80年代后期建设的县级推广中心,也因资金投入不足、配套不够、设施老化、设备过时而服务功能下降。因此,难以满足农业和农村经济发展新形势的需要。由于以上诸多方面的不适应,农业推广机构的职能作用被削弱或得不到充分发挥。因此,我国现行的推广体系必须进行改革与创新。

四、创新的基本思路 借鉴国内外经验,围绕“转变推广理念、明确职能定位、理顺政事关系”这一关键性问题, 通过体制创新、政策引导和资金扶持等措施的综合运用,在已有工作的基础上,广泛动员各方力量,合理配置各种资源,建立起以政府服务为主导,以专业经济技术部门为依托,以集体和合作经济组织为辅助,国家扶持和市场引导相结合,无偿服务与有偿服务相结合,综合性服务与专业性服务相结合,多种经济成分、多渠道、多层次并存的新型基层农业技术推广服务网络,为发展高效、优质、高产、生态、安全农业提供全方位的技术支撑。

(1)坚持与社会主义市场经济体制相适应的原则。(2)坚持局部创新与国家推广体系相衔接的原则。

(3)坚持与当地生态条件、生产力发展水平相适应的原则。(4)坚持稳定、灵活、高效相兼顾的原则。

五、创新与改革措施

(一)创新机构设置、理顺管理体制

机构设置不合理、管理体制不顺是影响目前农业推广机构稳定与发展的最重要因素之一。为切实保证农业技术推广体系上下贯通、网络健全, 更好地发挥农业技术推广机构的职能作用, 必须创新机构设置,打破目前依附行政体制设置的单一格局,整合社会资源,优化职能分工,理顺农业推广机构管理体制,建立合理的网络化的农业技术推广体系。

1.设立农业综合机构。将农业、林业、农机、畜牧、水产等职能合并,组建农业综合服务机构,下设:行政管理、农业综合服务中心、农业执法部门、经营服务等四个部门。四个部门中,行政管理部门和行政执法部门纳入公务员系列管理；综合服务中心属公益性事业单位,由各县财政全额拨款,其服务设备及日常服务纳入县财政预算；经营性综合服务部门属事业单位,但采取企业化管理,职工的工资待遇等与经营的绩效挂钩,自收自支。

2.按经济区建立农业推广区域站。按经济区建农业推广区域站,实现事、企分离和减员增效。分析造成目前推广组织窘况的最根本原因是按行政区划乡乡设站,导致技术力量分散,推广效果不高。改革的重点是冲破行政区划的限制,打破乡乡设站的格局,结合农业结构调整,以经济发展区域、优势主导产业、特色骨干产品和重点小城镇为依托,重新设立农技推广区域站,以增大农业技术推广站的规模,提高其服务能力。转变职能及人员身份,以达到优化队伍精简机构、减员增效的目的。

(二)创新管理机制、提高工作效率

首先,建立科学的人事管理机制。实行用人制度改革,全面推行全员聘用制,实现由身份管理向岗位管理转变,建立岗位目标责任制,以岗定人。其次,建立科学合理的考评制度。建立以服务对象为主体、以在一线推广业绩为主要内容和当地政府领导、上级业务主管部门、本单位职工共同参与的考核评价体系。对参与竞争上岗的人员可根据其工作性质职能进行多层次、全面考核评价。再次,创新分配机制。打破分配上干好干坏一个样的平均主义,实行绩效挂钩,除基本工资外,其余部分按贡献大小业绩大小适当拉开档次。

(三)创新推广理念,改变服务方式、方法,拓宽服务领域

首先,要转变观念。将以“技术”为主要形式的“技术推广”观念转变为以“人”为主的“农业推广”观念,农业推广职责除了技术的传输外,还应肩负起培养农民、提高农民文化素质水平的重任。

其次,创新推广服务方式。充分发挥农业推广机构自身的行业优势、技术优势、信息优势,搞好技术指导、农民培训等公益性的服务。再次,改善和提高服务手段,加快现代化手段的应用,重点是网络技术和多媒体技术的应用。最后,拓宽服务领域。为适应新形势下农业和农村经济发展的需求,满足市场经济条件下农民多元化的需要,农业推广机构必须大力拓展服务领域,提高服务能力,延伸服务链条。由提供单项的技术指导服务向提供技术、信息、物资、教育培训、决策咨询等综合服务延伸,由大宗农作物的技术指导服务向农、林、牧、副、渔、种、养、加、运、销等各个方面技术指导服务延伸,由产中服务向产前、产后全程服务延伸。做到产前引导农民调整,产中指导农民生产,产后帮助农民销售,参与并促进农业产业化经营。

参考文献

[1] 张明坤;张杰;何福林;论我国农业推广方式的优化[J].承德职业学院学报 2024年1期 [2] 郑琼;董金梅;我国农业推广体系建设的思路探讨[J].安徽农学通报, 2024,(19).[3] 许玉真;关于当前农业推广方式与方法的探讨与策略[J].北京农业, 2024,(21).[4] 弓永华;中国特色农业推广事业的发展与实践[J].生产力研究, 2024,(02).[5] 李建奇;现行农业推广方式的适用条件及分析[J].企业家天地, 2024,(11).[6] 申静;张素辉;我国农业推广体系的现存问题与创新研究[J].畜牧市场, 2024,(09).[7] 周腰华;姚园媛;我国农业技术推广创新体系建设研究探讨[J].农业经济,2024年第1期 [8] http://wenku.baidu.com

[9] http://www.feisuxs

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