# 网站升级（共5篇）

来源：网络 作者：紫云飞舞 更新时间：2024-10-17

*第一篇：网站升级页面模版升级方案在不改变当前网站收录情况下，针对网站存在的问题，决定对当前模版进行升级。以用户角度考虑问题的解决办法，并结合信息对称的理论甚基础，将信息技术有机的整合到站点的各个角落，彻底改变建站初期内容空洞的局面。现阶段...*

**第一篇：网站升级**

页面模版升级方案

在不改变当前网站收录情况下，针对网站存在的问题，决定对当前模版进行升级。以用户角度考虑问题的解决办法，并结合信息对称的理论甚基础，将信息技术有机的整合到站点的各个角落，彻底改变建站初期内容空洞的局面。

现阶段网站存在问题：

1、网站整体给人感觉是停留在产品、新闻、技术发布站点，在开展实际业务上不支持。

2、产品介绍页面缺乏系统化规划，不能从用户角度解决问题。

3、没有产品引导页，现有的产品分类结构树，造成传达信息模糊。

4、现有主菜单简单、散乱的罗列包括“公司简介”、“技术资料”、“行业方案”、“客户名录”等，不利于用户深入了解服务内容，容易让浏览者视觉盲点的现象。

5、产品介绍过于简单。

6、在视觉上没有突出重点，特点，不能第一时间吸引用户点击产品。

对原有网站整体诊断、分析，并总结存在问题，现制定实施网站改版要求：

1、导航条要合理安排；

2、突出产品分类、解决方案、应用案例、联系方式；

3、对客户所在行业深度分析，包括行业特征、客户特征、客户需求。

4、优化网站结构，内部链接组织；

5、加强单页功能性的延伸，如打印，返回，联系人，咨询；

6、以简洁和美观为第一设计要求；

7、产品结构上按功能，按应用，按年月，按资源分类；

8、增加用户模块，具备留言、参加活动，申请，新闻简报发送功能。

9、针对改版后的网站进行用户满意度调查，及时修改纠正改版后功能和栏目中不太合理或不足的地方，保证最大限度地达到所有需求。

首页模板要求：

1、网页布局合理，采用上/中上，中下/下布局；

2、首页突出产品分类、应用方案、技术支持、公司简要概述在下方；

3、中下右边栏显眼突出如何购买；分类，定价，供货，合作

4、中下右边下方收录新闻活动信息；用户登陆和注册

5、中下底部只留一排新品推介图片；

6、首页菜单颜色突出，字体最大，只保留产品中心，应用方案，技术支持，联系方案

7、上部TOP提供查找产品，新闻；增加国际网站.com 链接，优化关键词。

8、在下部Button中同样精简，只保留RSS功能，产品，应用，支持，购买，全球网络，公司，联系，地图；

9、最未加一两行公司简介信息

次页模板要点：

1、首要是引领用户引索产品结构；按功能，2、按应用，按年月，按资源分类，结构同首页类似，不同在于此页增加新品推介，热门产品等；

3、主要功能介绍新产品；

4、此页布局采用上/中左，中右/下（中左80%，中右20%）

5、加载联系方式，QQ显示在右边

产品分类页模板要求：

1、网页布局采用上/中左（20%），中中（60%），中右（20%）/下

2、最大字号是产品分类标题；

3、主要结合数据库分类，分绍产品特性，相同点，不同点，更多产品

4、产品结构树只保留同类产品分类；

5、中右突出产品推荐，广告JS或联系方式；

6、中右下方链接上产品识知库等；

7、应用方案页面主要布局采用上/中左（20%），中右（80%）/下布局；

8、应用方案页同产品分类分开，主要介绍解决方案，成功案例等；

9、可直接打印方案文章内容，或返回上一页，有下载提供下载。内容介绍页模板要求：

1、网页布局采用上/中左（20%），中右（80%）/下布局

2、可直接打印文章内容，或返回上一页，有下载提供下载。

3、中左的产品结构树只保留同类产品；

4、左下有新品推介或产品知识库导入；

5、中右下方产品相关内容；

**第二篇：九天绿网站升级报告**

企业官方网站形象升级规划

一、改版前言

根据九天绿原999企业研发背景，后改制为股份制企业、董事长科研专家背 景、产品专业技术强等优势的综合企业性质，并结合企业发展战略（打造中国药食同源产业化标杆企业），“阳光下 自然态”的产品品牌内涵，九天绿创新营销模式等因素考虑，对集团官方网站进行全面升级，从而实现网站功能优化，网站风格优化、网站栏目优化、企业形象与产品品牌形象提升，打造一个具有九天绿特色、个性化、品牌识别率高的国内药食同源营养品企业网络宣传平台。

二、网站风格

元素关键点：阳光下自然态、专家形象、技术实力、药食同源，专业产品 风格要求：简约、个性化、专业性、重点突出、格调谦逊、沉稳，品牌感强

三、栏目及功能

栏目的设置主要是在一般企业宣传内容的基础上，根据九天绿企业个性特 征进行概括，旨在展示企业软件实力、硬件实力、企业形象，特色产品，同时栏目设置也是网站功能的重要体现形式。

网站栏目及功能的设置共分为5大板块内容，包括企业板块，产品板块、售 后服务板块、互动板块、网站管理等清晰构架，其中企业板块为网站核心展示板块，其次是产品板块，其它则是围绕这两大核心板块提供服务的支持内容。网站主体内容及功能设置：

1、企业板块

（1）九天揽胜：下面分布有11子栏目

A、公司简介：集团简介

B、董事长致辞：阳光下自然态

C、组织架构：集团骨干公司架构图，公司简要介绍；

D、品牌诠释：LOGO涵义描述，“

九、天、绿”涵义；

E、企业文化：企业定位、使命、理想、目标、精神、核心价值观等内容； F、发展历程：公司大事记，企业发展关键点概括与总结；

G、高端资源：历届参观科技园领导总结；

H、五行价值系统：“金、木、水、火、土”五行价值系统；

I、产学研合作：与各类大学进行合作内容描述，牌匾展示；

J、企业荣誉：企业获得的各项荣誉和奖励，牌匾、证书；

K、企业资历：企业各项经营资质证书；

（2）战略合作：下面分布6个子栏目

A、九天绿创新营销模式：“行业浪潮，营销困境”，模式概念、模式示意图

B、创新模式优势：模式优势总结

C、市场奖励基金：多元创新营销联盟奖励基金

D、诚招渠道经销商

E、诚聘商务专员（BM）

F、创新营销联盟加盟申请表

（3）九天动态：包括3个子栏目

A、企业新闻：企业各类新闻、事件展示

B、行业动态：政府信息、行业重大事件、流行健康讯息等

C、健康导航：围绕7大系列产品整理的产品营养知识

2、产品板块

药食同源产品：下面分布4个子栏目

（1）创新营销系列产品：七大系列健康产品

A、九天绿A派营养膳

B、洋参含片系列

C、高级滋补系列

D、西洋参系列

E、高丽参系列

F、植物饮料系列

G、尊贵珍品系列

（2）九天绿健康调理中心产品：营销公司产品

A、养血美系列

B、福寿康胶囊

C、燕窝雪蛤炖品

D、护干九仙宝

E、冰糖燕窝炖品

F、B派营养膳、C派营养膳、D派营养膳、G派营养膳

（3）终端赠品：

合家欢礼盒、金满堂礼盒、福满园礼盒、西洋参茶礼盒、A派营养膳礼盒

（4）知识产权：

各项产品专利证书、文件、专利申请报告展示；

3、售后服务板块：包括1个栏目内容

（1）渠道服务具备文件下载功能

A、药食同源系列七大产品终端行销工具（海报、DM、易拉宝、折页、展柜、堆码、促销赠品、产品画册、企业画册等其它市场行销工具）

B、养血美调理液TVC广告片

C、洋参含片TVC广告片

D、九天绿创新营销联盟模式宣传片

E、九天绿企业专题片

F、健康园地季刊

4、互动板块：主要包括4个方面的内容

A、联系我们：

广州九天绿实业、广东九天绿药业、河源九天绿产品营销公司的企业地址，业务相关部门和网站管理部门的电话、电子邮件，广州实业乘车路线等联系信息。

B、网上洽谈室（客服QQ在线咨询）

C、在线留言板

D、企业招聘信息发布

5、网站管理板块：主要包括以下4部分内容

A、网站信息维护（后台管理系统）

B、售后服务

C、邮件服务

D、访问量统计

四、栏目功能与价值：

1、九天揽胜：10个子栏目的设置囊括了企业文化，软实力、硬实力等，将全面展示形象、实力与风采，塑造优良企业形象，使客户产生信赖感；

2、战略合作：启迪客户营销思维，展示创新营销模式魅力与价值，发布招商和招聘信息，实现网上招商的目的；

3、九天动态：展示企业内部活动，企业最新动态，是企业形象输出的最佳窗口，企业活力的输出阵地，主要包括企业各类新闻、主题事件展示；

4、行业动态：政府信息、行业重大事件、流行健康风潮；

5、健康导航：围绕7大系列产品展开的健康知识，健康观念、健康话题、相关广告软文等内容；

6、药食同源产品：展示企业丰富产品系列，每项产品展示内容包括产品包装、单价、简略介绍等，并含有“在线订购”功能（用户可将看中的产品通过在线表单提交，后由管理员进行信息对接，交由客服人员对订单完成线下确认、付款、发货等业务流程。）

7、渠道服务：资料的下载（行销工具、企业画册），产品广告片，企业形象片等在线播放、下载等；

8、互动板块：企业联系信息发布，网上客户在线沟通、客户在线留言、企业招聘信息发布；

9、网站管理板块：信息维护与管理（后台系统），售后服务、邮件服务、访问量统计。

五、首页栏目展示：

九天揽胜、九天动态、战略合作、药食同源产品、客户服务、联系我们

六、首页滚动主题画面：

1、阳光下自然态（产品品牌形象诠释）

2、企业形象与战略表达（打造中国药食同源产业化标杆企业）

3、药食同源产品（产品家族集中展示）

4、创新营销模式（招商、招聘信息发布）

5、近期促销活动（节假日相关产品促销活动平面化表现）

6、新品上市、企业重要信息发布（简略文字与图片搭配展示）

附件一：网站首页界面效果图（板式、风格、基调、核心要素展示）附件二：九天揽胜栏目界面展示效果图

附件三：九天动态栏目界面展示效果图

附件四：战略合作栏目界面展示效果图

附件五：药食同源产品栏目界面展示效果图

附件六：客户服务栏目界面展示效果图

附件七：联系我们栏目界面展示效果图

**第三篇：Cqjob 网站升级改版建议书**

Cqjob 网站升级改版建议书

引言：

精品意识，打造一流人才招聘网站

俗话说：“玉不琢，不成器！”即使是毫不起眼的璞玉之胚，在经过匠师反复的雕琢、打磨之后，也可以成为精美的玉器，流名千古。事实上，打造一流的网络招聘网站，关键是运营人与团队在雕琢的过程中的细致，每一个细节都做到尽善尽美。玉琢成器，一个“琢”字才是核心所在！而现在传统的网络招聘创新乏力、商业模式一直未有大的改善。在面对社交网站、分类信息网和微求职等新型招聘模式的冲击下，更是需要我们去“琢”，需要一个有全方位的意识，需要完美的细节体现，需要我们去实现如何“更懂人才”，需要我们帮助企业更高效的招聘，需要绝不松懈任何一个小处的态度。达成这些需要将是cqjob保持市场占有率和可持续性发展的首要任务。

行业分析

【新型招聘网站】

众观目前最新流行的招聘网站以“招聘垂直搜索”异军突起，他们为求职者提供职位搜索服务，其信息来源不仅仅是一些大的招聘网站，更有企业网站自身的招聘信息、分类信息网站等，它的特点就是比一个招聘网站提供更多的招聘机会【代表网站：职友集 】，另外还有专业型社区招聘网站[arting365 68design] 人脉社交类招聘网站[优士网]博客等,这些都能分流一部分个人求职者。通过以上部分新型招聘网站的运营模式分析，细分和专业化服务必定是网络招聘未来的发展趋势。

【传统全国性招聘网站】

从目前行业状况讲，51job,智联招聘，中华英才网三分天下，其他地方性招聘网站也占有不小的市场份额，以下图为示：

【数据来自百度文库，有一定时限性】

【国内针对应聘者的收费服务】51job以包月形式存在，提供多项服务，见下图：

国外相关代表性网站做了收费服务，【http:///】Linkedin 为嵌入式引导收费，可免费注册，但相关更多增值服务需要付费使用，见图示： 【类型收费】

【服务区分】

通过以上国内国际行业网站研究分析，我们可以看到不管是企业付费还是个人增值业务都在不断的创新，首先招聘企业不在单纯的发布需求信息，需要更多的思考如何去展现企业诉求，缩短招聘周期、降低招聘成本，达成招聘效果。其次，对个人应聘者而言，除了强调完善个人简历的之外，还得花一部分心思在其个人增值业务上【个人求职者的确需要增值服务，比如如何写简历、应对面试等】。潜在的增值服务内容是技术手段可以做到，但还没有人想到的东西，这就给我们带来了更大的市场想象空间。对于Cqjob而言,除了企业付费之外，如何开展新的增值服务和整合网下资源将是新的机遇与挑战。

升级改版建议【草案】

人才招聘类网站改版升级，个人比较认同job001近期的升级改版，他们的改版主要集中在品牌升级、网站升级、数据库升级、产品升级、服务升级等【参见：】，其中对【产品升级】这个项目可以看出，把服务定位成产品，很有现实市场指导意义和借鉴意义，如图示：

从核心业务对比可以看出，Cqjob在很多项目和服务上具备提升的空间。

综上所述，对于CQJOB的改版应该进行系统性规划，从同行业地区性网站上借鉴成功的经验，弥补自身短板。本次改版主体

内容：

【定位：】

专业性、职业化、规模化、本地化的商业服务网站 【改版核心】   

全方位升级包装【品牌，网站，服务，团队】 整合线上线下资源

扩大影响力、市场占有度、美誉度

【整体改版规划结构】

个人用户/企业用户界面优化

可以值的肯定的是个人应聘者登陆页面CQjob 做的很到位，只需要进行简易的用户界面友好化处理即可。登陆企业用户后可以根据不同的需求参加一些应用类服务，如下图：

【智联招聘企业用户易聘应用服务】 建议补充行业资料内容，如下：

结术语：

首先收费服务本身就带有很强的风险，建议可以采用Linkedin 模式，嵌入式引导收费，同时也可以免费注册，但是需要强调的是收费服务的优势性，强烈对比，这个需要一定的营销手段把风险系数尽可能减小。每年高校毕业生和社会人才流动将带来大量的求职人员，这些目标客户需要CQJOB的专业化，职业化服务，把企业和个人求职者紧密的联系起来，提升企业客户自助招聘产品的产品转化率和用户满意度，做好企业诉求和求职者个人自身定位，换句话说，“谁的服务好，谁能为个人求职者考虑，谁能帮助企业找到合适的员工，谁就是胜利者”。

如何健康有序的可持续性发展，是未来CQJOB的主攻方向，收费服务是行业发展的必然结果，如何转换已有用户，维护控制核心用户是关键，在此，Cqjob应该有充分的认识和准备，不管是从技术人才上的储备还是市场专业人员的营销工作，都需要有新的定位。有市场、有机遇、有挑战，成功是时时刻刻做好准备的人，对CQJOB也是一样，时刻准备着。

谢谢您的阅读！

2024/12/15

**第四篇：网站虚拟主机空间容量升级申请单**

虚拟主机空间升级申请单（网讯互联样本）

\* 以下内容为确保真实有效，请使用手工书写。

申请人：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

公司名称：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

联系电话：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

现有空间大小：\_\_\_\_\_\_ MB / GB需要升级大小：\_\_\_\_\_\_ MB / GB

支付方式： □ 免费□ 现金支付□ 网银□ 支付宝□ 邮局汇款

网站运行状态：□ 正在设计中□正在审核中□ 已交付使用

申请原因：

请列举贵公司网站可能会占较大空间的文件形式：（可多选）

□ 文字□ 图片□ 视频□ 软件□ FLASH□ 文档□ 压缩文件□ 音乐

申请人 / 公司签字盖章：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

2024年月日

珠海网讯互联http://--珠海企业做网站只选珠海网讯互联

**第五篇：关于购买网站系统和升级网站服务器的请示**

关于购买网站系统和升级网站服务器的请示

学校领导: 为加强学校网站建设,迎接市教育局对我校网站绩效评估检查,特申请购买一套网站系统,经考察,建议采用北京大鹏网络科技公司的网站平台,该平台具备以下功能: 1,栏目管理-----网站菜单可以自主添加、修改、移动、启用/禁用，随心而变

2，网站管理------编辑修改学校网站域名、备份网站数据，轻松简单。

3，会员管理------系统会员、校长会员、老师会员、学生会员、操作权限自定义修改。

4，文章管理------发布公告新闻、学校活动、教学课件、学生作品均可随意发布。

5，图片管理------发布校园、教师风采、学生作品等

6，下载管理-----下载类别可以无限扩展，按类别上传下载资料，查找管理简单方便。

7成绩查询-------导入学生考试成绩，让家长学生上网查询，简单、快捷、方便。

8、视频点播------建立网上课堂，实时点播并反馈点播人员及次数等信息。

9在线交流------教师使用文字实时在线指导学生.请批示!

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