# 2024年网络营销策划方案书题目(五篇)

来源：网络 作者：紫竹清香 更新时间：2024-08-10

*为了确保事情或工作有序有效开展，通常需要提前准备好一份方案，方案属于计划类文书的一种。优秀的方案都具备一些什么特点呢？又该怎么写呢？下面是小编为大家收集的方案策划范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。网络营销策划方案书题目篇一网...*

为了确保事情或工作有序有效开展，通常需要提前准备好一份方案，方案属于计划类文书的一种。优秀的方案都具备一些什么特点呢？又该怎么写呢？下面是小编为大家收集的方案策划范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

**网络营销策划方案书题目篇一**

网感：对互联网要有一定的了解，最好熟悉互联网

创意：必须要有创新能力，有创意

系统思维：能系统化的思考和解决决问题

沟通表达能力：这是做策划工作的基本能力

什么是线上活动：活动地点互联网

策划前要理清思路

创意方案：创意来源、活动基本内容

执行方案：确定创意方案后才能执行方案、是具有实操性的细化方案、活动前准备、活动中、活动后

活动目的：实现多个目的，并分主次

活动诱导：标题情感引导，照片评选、参与感、有奖转发

活动内容：大活动中若干个小活动中的内容

活动流程：大活动流程和小活动流程

活动规则：小活动规则一般指抽奖或现场促销活动的内容

奖项设置：现场抽奖或其他有奖活动的奖项及奖品设置

物质奖项设置

大奖刺激，小奖不断

与品牌相关，定制个性化

考虑精力和寄送成本

（建议尽量选择无需邮寄的充值卡、京东卡、电影券、微信红包、彩票、电影种子。.。）

前期预热：炒作、前期引导、锁定核心目标用户

站内推广：自有网站的推广

站外推广：产生费用量力而行、微博、微信转发、人工发帖（水军发帖转发）、门户网站合作推广等、软文推广、硬广推广

线上活动的效果预期可以从参与人数、下载量、pv、uv几个维度进行考量

**网络营销策划方案书题目篇二**

一、前期准备

1、做好公众号定位。

不可能也做不到大而全的公众号，如果能在细分市场分到一杯羹，你就偷笑吧，内容的形成，是建立在满足用户需求的基础之上，解决用户的实际需求等等。微信公众号需要推送的内容一定是高质量的原创或者转载率高的内容为主。

2.做好微信认证。

因为认证的微信号会有搜索中文的特权，另外认证以后就可以发外链，可以外接一些很有用的接口，这在以后的发展中是很重要的。

(一)社交网、客户端推广

微博：1、微博图片推广

二维码-这种方式最守得住节操，不管是个人微博小号还是官方号，都可以在微博配图的最底下加上二维码的宣传方式。

文章推送-微博开始每天转发微信公众号的文章，

2、微博微信大号推广

利用微博大号推广微信公众号信息，有很多草根微博大号靠这种方式做微信都非常快的获得了很多的粉丝。

3、微博合作互推

先做到一定基础粉丝(如1000)后开始找人合作互推，每次效果好都会获得上百的粉丝。(微信互推的效果远比微博互推的效果好，但互推次数需谨慎，被举报可能被封号)

qq：1、qq群用户挖掘

通过结合企业自身的行业属性，在qq群中进行关键词检索，能更好的找到精准属性的潜在用户群。同时qq账号与微信的打通，大大增加了用户转化便捷度。通过qq邮件、好友邀请等方式，都能批量实现qq用户的导入。

微信自身：1、基于定位的推广

个性签名-设置好诱导个性签名，后查看附近的人，你就可以被别人看到，如果你的签名吸引了别人，就有可能获得关注。有人试过，最开始用了一个小时不到时间，就吸引关注120人左右。

漂流瓶-设置好诱导性的介绍内容及关注方法，不定期投放漂流瓶。

2、微信互推

相关性的微信可以互推。虽然微信现在禁止互推，但是适当的推荐公众账号还是可以的，但要把握好尺度。推荐公众号要隐蔽一些，别太直接，推荐一个账号就行，别推荐太多。

其他客户端推广：

豆瓣、贴吧、空间等等进行推广。贴吧，可以将二维码做成签名图片，每次发帖都是一次宣传推广。

(二)企业实体资源推广

1、现有资源推广

实体店、平台，已有客户群体等合理应用，在显眼的地方张贴广告、二维码，活动宣传等。

2、企业广告资源和营销资源

通过宣传单、海报、产品包装、名片等形式制作，可将公众账号二维码进行很好的展示及传播。

3、媒体推广法

找新闻点让传统的媒体，报纸、电视、广播等等报道。

(三)互动活动推广(此种方法灵活性强，易制造话题，搭配礼品回馈等，吸粉效果显著)

基于活动推广的可分为线上和线下。

1、线上方式

包括互联网、微信活动，方式众多。如在微博上发起活动，关注就有机会活动礼品。或者在微信里发起活动，介绍身边的朋友即可获得折扣礼品等等。

2、线下方式

如餐厅需要推广自己的微信号，只要推出活动让每个来的客人关注微信即可享受折扣或送某某食物等等。

(一)、线上具体方法

1、软文推广

写好软文之后或引用好文章，里面巧妙地加入自己的微信号和二维码，发布到大流量的平台。点击量达到10万的话，也能吸引不少的粉丝关注，重点在于软文的质量，还有发布软文的平台。比如得到某些大神的推荐，比如通过专业的微信营销社区推荐。文章标题是关键一定要达到消费者主动转发的效果。内容为王自然增长。

2、视频推广法

寻找或制作相关的热门视频，把自己的微信号、qq号植等宣传素材植入到视频屏幕下方，然后设置不同的关键词标题去各大视频网站上传这些带有你微信号的视频，当用户搜索你设置的某个关键字的时候你的视频排名就会靠前，别人就会看到你的微信号过来关注你。

3、限制内容下载推广法

素材加密吗，用户想要得到这些内容，需转发微信公众号内容，并关注要推广的微信号来索取密码。如测试，想知道测试结果需关注并转发。

4、手机app推广法

寻找用户基数大的app应用嵌入做营销推广、如唱吧、各类新闻app。

5、名片网站推广法

在名片上，产品包装、官网，一切自己能掌控的网络资源，附上二维码。

6、互动推广法(最新流行)

(1)微信id追踪吸粉

最新的微信id追踪技术吸粉，最早是地产大佬碧桂园使用，后来明源云客620购房节也使用了，就是制作一个h5广告分享页面，微信用户只需分享该页面就会收到现金红包，很多人领到现金红包后会把红包截图发到朋友圈或微信群，把福利分享给小伙伴，形成病毒传播，同时也引来大量增粉，即使活动结束仍然有大量新增粉丝询问红包活动，购房节期间共计花费红包费用120\_\_元，共计吸粉4200人左右，页面转发分享2万多次，形成强势社交传播和大量增粉。

(2)直接关注领红包吸粉

关注即送红包，简单直接有效，最典型案例就是分众专享，关注即可直接领取现金红包，笔者曾经亲测，领取了1.01元红包，现在市场不少这种可以实现关注领红包的第三方工具，一旦大众领到红包后会到处传播，分享给好友，进而实现品牌效应和粉丝增长。

(3)h5互动游戏吸粉

现在市场不少第三方h5互动游戏，很多游戏都有红利激励，最常见就是刮刮卡、大转盘、砸金蛋，这些游戏可以设置关注公众号方可参加，尤其分享助力类游戏，如帮忙拆礼包，效果非常好，既能形成病毒分享，又能实现粉丝增长。

(4)类似宝贝评选，全家拉票活动策划

如今微信晒娃已成为一种时尚，孩子是父母的心肝宝贝，孩子的荣耀会促使父母，乃至爷爷奶奶、外公外婆全家人到处拉票，呼朋唤友来投票，这样形成强势分享转发传播和新增粉丝，投票设置关注才能投票，吸粉效果更好。

(5)微信红包群：社群吸粉

每逢活动或节点，均可建红包群，然后让群友不断拉人，每天准时发一次红包，每增加100人发一次红包。每次发红包前，把公众号名片发到群内，要求大家关注，再次发红包前又可让群成员转发公众号二维码到朋友圈，并告知关注即可进群抢红包，如果再配合朋友圈快闪活动，换头像，发九宫格广告图片，就能吸粉和传播一箭双雕的效果了。除了自己建群外，还可以和当地生活大号合作，大号一般都有粉丝群，通过合作，去群里发放福利吸引粉丝关注，同时，通过与大号互推，导流粉丝。

(6)关键字回复vs日常线上活动

公众号日常运营维护中，可以做一些互动，其中关键字回复最为有效，因为首先要关注了公众号才能回复关键字，关键字回复最经典案例便是新年签。日常每次发送做一些有奖测试、问答、猜谜、脑筋急转弯、找茬(找错别字)等需要回复的活动，用红利激励，增强互动性，增加粉丝。日常创意趣味图文、点击蓝色字体、长按扫描指纹、公众号趣味简介等引导也会有一定作用。

(二)线下具体方法

1、事件营销vs扫码送礼

商业中心、人流广场、交通站点、人流集聚中心扫码送礼，既能起到广告宣传，又能起到快速吸粉的效果。如果送出的礼品有噱头有意思，更能起到事件营销的炒作效果，比如碧桂园送姨妈巾，万科送安全套等，都引起了广泛热议，事件营销的好奇心也会引来不少粉丝。再配以线上互动，活动现场或礼品随手拍可抽奖，传播效果就更佳了。

2、日常阵地：案场吸粉

案场是日常吸粉的主要阵地，案场摆放大大的立体二维码、引导扫码关注的桁架或趣味海报，案场免费wifi也可有效把到访客户转换成粉丝，每逢案场活动，扫码签到，扫码参加，都可把客户转化，客户比较主动扫码的还是微信照片打印机，客户扫码关注公众号，发送照片手机照片到公众号即可现场打印照片。

3、物料吸粉：满城尽带二维码

日常长期吸粉，物料是必不可少的，要把二维码当logo用，所有物料均要印上二维码。置业顾问名片、台卡、楼书、折页、dm单、手提袋、海报、报广、公交站牌、网络软文....，尤其是客户礼品，环保购物袋成本较低，实用频率较高，让二维码移动起来，兼职或模特外出，身着二维码服装，让满城尽带二维码。

4、自己人vs利益相关者

微信第一批粉丝其实常常来自于自己人，一个项目营销、技术等各部门员工首先关注，还可以要求供应商、广告商、代理商、合作媒体、合作商家等都关注，并可以进行公众号互推，导流粉丝，完成第一批粉丝积累，并常常发动自己人分享，实现病毒式传播增粉。

1、种子粉丝期

公众好刚建立后，第一批关注的粉丝。是最值得信赖、影响度活跃度非常高的粉丝。一般是公司同事、请朋友好友、合作伙伴等。

2、初始粉丝期

通过种子粉丝朋友圈转发分享、一些微博、微信、贴吧等客户端的传播推广，一些线下实体物料宣传等，积累粉丝。

3、增长粉丝期

过了初始粉丝期，该是大力发展粉丝阶段。这是推广方法多样，结合线上线下，力度加大，见效要快。目标应该制定更高点，这个阶段有事需要用到一定付费部分。

1、高质内容推送

2、增强与粉丝互动活动

3、长发福利回馈粉丝

4、提供良好客户服务

**网络营销策划方案书题目篇三**

一、分析自身与竞争对手的网络营销现状

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。

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。

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。

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

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。

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，让推广的效果达到化。

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。

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。

**网络营销策划方案书题目篇四**

1、前言

人类正步入网络经济时代， 未来经济发展的一大特点就是网络化。当今世界，由于网络技术进步， 带动了网络经济的迅猛发展。特别是互联网的出现， 深刻地影响了人类生活的方方面面。以互联网为平台， 凭借网络将“天涯”变“咫尺”， 打破了传统的产业界限， 创造了全新的商业生态系统， 为企业提供了进入全球化领域施展的商机，成为企业开创未来的强大的竞争力和新的生存方式。网络营销就是以客户需求为中心的营销模式， 是市场营销的网络化。网络营销可以使企业的营销活动始终和三个流动要素(信息流、资金流和物流)结合并流畅运行， 形成企业生产经营的良性循环。

所谓网络营销是指为实现营销目标， 借助联机网络、电脑通信和数字交互式媒体进行的营销活动。网络营销不仅仅是一种技术手段的革命， 它包含了更深层的观念革命。它是目标营销、直接营销、分散营销、顾客导向营销、双向互动营销、远程或全球营销、虚拟营销、无纸化交易和顾客参与式营销的综合。网络营销不同于其它传统营销，最本质的特点是属于全球营销。当今时代， 国际互联网正迅速渗透到政治、经济和社会文化的各个领域， 进入人们的日常生活， 并带来社会经济和人们生活方式的重大变革。从\_\_年到20\_\_年，从鲜为人知到风头十足，中国b2b电子商务已经走过了十年。据中国互联网协会发布的《netguide20\_\_中国互联网调查报告》显示，20\_\_年中国b2b电子商务市场交易规模达到12500亿元，预计20\_\_年b2b电子商务市场交易规模将继续高速发展，达到约16200亿元，20\_\_年交易规模有望达21300亿元。易观国际新媒体首席分析师符星华告诉记者，如果说过去十年的互联网属于娱乐，互联网下一个十年将是电子商务的十年，越来越多的企业正在加入这个市场。

营销的最终目的是占有市场份额。由于互联网络具有超越时间约束和空间限制进行信息交换的特点，因此使得脱离时空限制达成交易成为可能。企业就可能有更多时间和更大空间进行营销，可24 小时随时随地的提供全球性营销服务。同时，消费者只需根据自已的喜欢或需要去选择相应的信息加以比较，做出购买的决策，这种轻松自在的选择，不必受时间、地点的限制。

2、互动式营销

互联网络提供了企业与消费者双向交流的通道，企业可以通过互联网络向消费者展示产品目录，联结资料库提供有关产品信息的查询，制作调查表来搜集消费者的意见，还可以让消费者参与产品的设计、开发，真正作到以消费者为中心，设计出更符合消费者需要的产品和服务。通过这种双向互动的沟通方式，提高了消费者的参与性和积极性，反过来，也提高了企业营销策略的针对性，有助于实现企业的全程营销目标

3、定制化营销

所谓定制化是指中小陶瓷企业利用网络优势，一对一向消费者提供独特化、个性化的产品或服务。网络营销的一个重要思想就是要尽最大努力满足单个消费者的特定消费要求，立足于处理好与每一个消费者的关系，注重发挥互联网的独特优势，不断培养、提高消费者的忠诚度，确保销售持续增长。网络营销可跟踪每个客户的消费习惯和偏好，及时推荐相关产品。

4、网络营销的主要方式

1、b2b电子商务平台上推广产品

b2b就是企业对企业的电子商务，除了在线交易和产品展示，b2b的业务更重要的意义在于，将企业内部网，通过b2b网站与客户紧密结合起来，通过网络的快速反应，为客户提供更好的服务，从而促进企业的业务发展。例如我们在麦当劳中只能够买到可口可乐是因为麦当劳与可口可乐中的商业伙伴的关系。商家们建立商业伙伴的关系是希望通过大家所提供的东西来形成一个互补的发展机会，大家的生意都可以有利润。

在阿里巴巴、聪慧网、中国制作、各省市批发市场网、各电器行业商务网上发布产品信息，能有效地让各地的经销商了解我们的产品，这种推广方式的优点是：1、在国内知名度高，聚集了大量国内同类企业;2、访问量都比较大;3、比较贴近国内客户的服务;4、商机发布式的交易机制比较直接，操作简单。

2、b2c营销模式销售产品

b2c是企业对消费者的电子商务模式。这种形式的电子商务一般以网络零售业为主，主要借助于internet开展在线销售活动。b2c即企业通过互联网为消费者提供一个新型的购物环境——网上商店，消费者通过网络在网上购物、在网上支付。由于这种模式节省了客户和企业的时间和空间，大大提高了交易效率，特别对于工作忙碌的上班族，这种模式可以为其节省宝贵的时间。

(1)开发产品销售网站、构建在线商城系统

(2)对产品进行搜索引擎优化(seo)

在百度、google、搜狗、雅虎等搜索引擎上发布产品信息、进行关键字优化，令更多网民浏览到产品信息。

(3)竞价排名指导(sem)

在搜索联盟进行竞价、关键字竞价。列如在百度搜索洗菜机就能马上看到我们的产品。

(4)网站联盟广告(ppc)

在电器商贸网站上购买广告位置，让更多人看到我们的产品。

(5)组建网上交易接洽、24小时在线客服、网上支付处理团队。

3、采用email营销

利用email群发软件群发宣全广告

4、 采用博客营销

利用博客群发软件群发宣全广告

5、论坛营销

利用论坛群发软件群发宣全广告

6、病毒式营销

开发恶意软件宣全产品

5、网络促销

1、 网上折价促销

折价亦称打折、折扣，是目前网上最常用的一种促销方式。因为目前网民在网上购物的热情远低于商场超市等传统购物场所，因此网上商品的价格一般都要比传统方式销售时要低，以吸引人们购买。由于网上销售商品不能给人全面、直观的印象、也不可试用、触摸等原因，再加上配送成本和付款方式的复杂性，造成网上购物和订货的积极性下降。而幅度比较大的折扣可以促使消费者进行网上购物的尝试并做出购买决定。目前大部分网上销售商品都有不同程度的价格折扣。

2、 网上赠品促销

赠品促销目前在网上的应用不算太多，一般情况下，在新产品推出试用、产品更新、对抗竞争品牌、开辟新市场情况下利用赠品促销可以达到比较好的促销效果。赠品促销的优点：可以提升品牌和网站的知名度;鼓励人们经常访问网站以获得更多的优惠信息;能根据消费者索取增品的热情程度而总结分析营销效果和产品本身的反应情况等。

3、 网上抽奖促销

抽奖促销是网上应用较广泛的促销形式之一，是大部分网站乐意采用的促销方式。抽奖促销是以一个人或数人获得超出参加活动成本的奖品为手段进行商品或服务的促销，网上抽奖活动主要附加于调查、产品销售、扩大用户群、庆典、推广某项活动等。消费者或访问者通过填写问卷、注册、购买产品或参加网上活动等方式获得抽奖机会。

4、积分促销

积分促销在网络上的应用比起传统营销方式要简单和易操作。网上积分活动很容易通过编程和数据库等来实现，并且结果可信度很高，操作起来相对较为简便。积分促销一般设置价值较高的奖品，消费者通过多次购买或多次参加某项活动来增加积分以获得奖品。积分促销可以增加上网者访问网站和参加某项活动的次数;可以增加上网者对网站的忠诚度;可以提商活动的知名度等。

**网络营销策划方案书题目篇五**

一、网络推广的优势

1、迅速的推广品牌。

网络推广的重要任务之一就是在互联网上建立并推广企业的品牌，知名企业的网下品牌可以在网上得以延伸，网络品牌建设是以企业网站建设为基础，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。随着网络化进程的推进，网络推广品牌的速度更是惊人!

2、节省各项费用。

网络推广节省了原来传统市场营销的很多广告费用，而且搜索引擎的大量使用会增强搜索率，一定程度上对于中小企业者来说比广告效果要好。

3、网络广告的发展。

网络推广没有传统推广模式下的人员促销或者直接接触式的促销，取而代之的使用大量的网络广告这种软营销模式来达到促销效果。这种做法对于中小企业来说可以节省大量人力支出、财力支出。通过网络广告的效应可以与更多人员到大不了的地方挖掘潜在消费者，可以通过网络的丰富资源与非竞争对手达到合作的联盟，以此拓宽产品的消费层面。网络推广还可以避免现实中推广的千篇一律，可以根据本企业的文化，以及帮助宣传的网站的企业文化相结合来达到的推广效果

根据一些工具调查显示公司网站的收录反链情况很少，用户体验很差，各级页面的landingpage，des cription没有配好。竞争对手的调查，分析多家竞争对手的推广模式，针对其模式采取相应策略。

此时网站营销已经具有一定的规模，即能持续性的为企业带来收入，此时需要多种方法相结合。这个时候需要开启多个搜索渠道的竞价(即百度(2024年度“新生杯”篮球赛策划书)，谷歌，搜搜，搜狗)视频营销，邮件营销，论坛营销，博客营销等相结合。

(一)seo优化

1.合理安排网站内容发布日程是seo优化的重要技巧之一。

每天固定时间段增加原创内容，原创内容要要充分突出公司的主营业务搜索引擎蜘蛛最喜欢稳定更新的站，这样的话蜘蛛就会多次来光顾我们的站，增加网站快照的曝光几率

2.向各大搜索引擎登陆入口提交尚未收录站点页面。

在搜索引擎看seo的效果，通过site:，知道站点的收录和更新情况。通过domain:你的域名或者link:你的域名，知道站点的反向链接情况，更好的实现与搜索引擎对话。

3.使用与关键字相关的文章标题

如为三维动画这个业务写宣传软文的时候，那么一定要在标题中将三维动画设为关键字，因为越具体的关键字，搜索效率越精准。

4.在文章正文中使用关键字

一定要在正文开始某处使用至少一次目标关键字。这将会把那些仍然钟爱于旧式“元标签”的搜索引擎机器人吸引过来。

5.在标题和粗体字中使用关键字

搜索引擎非常喜欢你有目标地展示关键字。在strong或h1,h2,h3这些标签中使用关键字可以帮你获取搜索引擎的关注。

三、网站建设推广方式：

1.全面登陆搜索引擎法

2.门户网推广法：在各大门户网站，进行软文推广，刊登宣传软文。软文内容需要和公司的业务内容息息相关。

3.博客推广法

在各大博客网站开通多个博客，发布宣传企业的博文(要突出公司业务的优势，以及相应的技术介绍)。一定数量的发布量，做到及时更新，提升关注度。

4.论坛推广法

在各大社区论坛上注册多个id，参与论坛讨论，巧妙发布网站宣传贴，引起关注2024年网站推广策划书2024年网站推广策划书。例如发布3d广告的优势以及技术。

5.提问网推广法

通过在各种知识搜索引擎中，注册多个id发布专业性问题，再回答问题，提升点击率，在解答专业问题的同时，顺势将企业宣传信息传播出去，达到推广目的。

6.贴吧推广法

在推广的贴吧内注册大量id，以大量发帖，灌水形式，把宣传信息大范围传播出去，以量变来促成质变的形成。

群推广法

通过添加相关qq群、qq群资源共享、qq群邮件发送、自建qq群贺卡、开通qq群空间等形式，发布企业相关信息，扩大信息传播面。

8.网站友情链接推广法

在各类网站征求友情链接，广泛征求链接互换，但要注意对方网站和企业的内容相关性;扩大网站外部链接活力、增加网站搜索引擎曝光率。

9.免费服务推广法

在企业成立在线咨询服务，免费咨询解答专业化问题。树立良好口碑，提升企业美誉度。

10.水印推广法

在企业的宣传图片、视频、资料、网站上都打上企业的水印，当图片和视频发布到其他地方或别的网站时，都是一种对企业网站的宣传。在企业的一些软文、资料上注明原创网址，并制作一些资料小册子如pdf或电子书在里面都加上企业网址。让企业信息和文化更容易推广。

11.免费服务推广法

在企业成立在线咨询服务，免费咨询解答专业化问题。树立良好口碑，提升企业品牌美誉度。

12.网摘、顶客推广法

如网摘、顶客网站，现在有许多网摘网站，如365key，新浪vivi等都可以在上面添加一些企业网站。

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