# 最新网络营销策划书(7篇)

来源：网络 作者：风吟鸟唱 更新时间：2024-07-09

*在日常的学习、工作、生活中，肯定对各类范文都很熟悉吧。那么我们该如何写一篇较为完美的范文呢？下面我给大家整理了一些优秀范文，希望能够帮助到大家，我们一起来看一看吧。网络营销策划书篇一当前大学的学杂费、生活费居高不下，每学期大学生还要花较多的...*

在日常的学习、工作、生活中，肯定对各类范文都很熟悉吧。那么我们该如何写一篇较为完美的范文呢？下面我给大家整理了一些优秀范文，希望能够帮助到大家，我们一起来看一看吧。

**网络营销策划书篇一**

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）

一个为大学生买、卖二手书籍的双方提供交易信息的平台。

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。

广泛收集买、卖双方的需求信息。急你所急，真诚服务。

网站域名设想：bookxx ，\"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。

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。

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。

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。

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。

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、购物车的模块：（见图4）

图4：购物车功能介绍

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

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。

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。

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

**网络营销策划书篇二**

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。

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。

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。

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。

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。

（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。

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 baihua 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。

网络营销活动策划3

根据用户了解网站的途径和方式，可以相应地将网站推广手段做如下的分类：

第一，按照用户所获取网站信息的来源，可分为网上途径和网下途径，因此网站推广手段相应地也有网上推广和网下推广两种基本类型。网上获取信息的途径也就是本网站推广渠道，但这些并不是用户获取有关信息的惟一渠道，事实上，网络营销并不拒绝网下的营销方法，两者并不矛盾，可以互相配合发挥各自的优势，从而获得更好的网站推广效果。在网络营销方法中，一般很少去考虑网下的营销手段，不过在网站推广方面，利用网下的手段有时是很有必要的，因为一些网站在刚发布时利用网上推广手段并不一定很快达到推广的目的，因此往往需要网上网下相结合来进行。

我们通常会看到一些大型网站以路牌广告和电视广告等方式进行宣传，这是很好的宣传途径，但对于大多数中小企业网站来说，由于缺乏资金实力，一般是难以模仿的，因此这样往往造成一种错觉，好像只有大型网站才能利用传统渠道宣传，实际上，传统的方法也很多，并不一定都要投入大量的费用，有时只是在市场活动中顺便的宣传，关键是从策略的层面将网站推广与市场营销结合起来，例如在产品包装物、宣传资料、平面广告、企业新闻、企业市场人员的名片等只要可以用来印刷网址的地方，都不失时机地留下网站推广信息，这样在不知不觉中就发挥了网站推广的作用。

第二，按照用户获取网站信息的主动性和被动性，可将获取信息的渠道分为主动渠道和被动渠道，网站推广手段也有主动和被动之分。 用户的主动获取信息就意味着网站以被动的方式来推广，例如我们通过电子邮件的方式向潜在用户推广新的网站是主动推广，而用户则是被动地接收信息；当用户通过搜索引擎发现并进入一个网站时，是用户主动获取信息，而网站则是被动的推广。但这里讲的被动并不是消极地等待用户的了解（本质上不同于几年前一些企业建好网站之后从不对外宣传，因而用户根本无法了解其网址的被动状况），实际上是为用户了解网站信息提供尽可能方便的条件，因而从用户的角度来看，用户是主动的，而网站方面是被动的等待用户的了解。同样，用户通常也并不总是真的只能被动接受信息，仍以用户电子邮件推广为例，正规的email营销是首先经过用户许可的，也就是说用户接收的信息是用户自己定制的（如自愿选择加入的邮件列表），但什么时间发送这些信息，以及发送什么信息仍然是有企业决定的。电子商务时代通常被认为是用户制定营销规则的时代，因此，用户掌握了更多的主动权，但是用户的主动权并不完全取决于自己，因为他所获取的信息必定是企业事先已经设计好的，而信息的多少，以及对用户是否有价值，主动权仍然掌握在信息提供方——企业的手里。

第三，根据用户了解网站信息所利用的具体手段，可以罗列出许多方式，如搜索引擎、分类目录、分类排行榜、网站链接、电子邮件、即时信息、网络实名、通用网址、论坛、黄页、电子商务平台、网络广告、电子书、免费软件、网址大全书籍、报刊网站推荐等等，每一种方式均可作为一种网站推广的手段。由于这种分类方式难以穷举所有的网站推广方法，因此通常将这些方法穿插在其他网站推广类别中。

第四，根据网站所处的阶段，可以分为网站发布前的推广策略，网站发布初期的推广策略、网站发展期和稳定期的推广策略等，每个阶段所采用的网站推广方法存在一定的差别，同样的网站推广手段在不同时期的应用也有所不同。从网站运营者的角度来考虑，根据网站的不同发展阶段来设计网站推广策略更有意义。

**网络营销策划书篇三**

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、本案策划目的

互联网已经越来越多的改变我们的生活，人们对电子商务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，赣南脐橙果大形正，橙红鲜艳，光洁美观，肉质脆嫩，风味浓甜芳香，得到国内外知名人士、专家和国家有关部门的高度评价和肯定。1987年，信丰县朋娜脐橙参加全国橙柚评比，获“国优”称号。随着现代物流的发展、电子商务的发展，我们大有必要借助这些东西将脐橙推向全国，继而推向世界，打造成赣州乃至江西的一张响亮的名片！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。

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

1、现在市场上的特产销售特别混乱，如没有厂名厂址的三无产品，包装低劣、档次不够，假冒现象严重、管理不规范，价格、回扣的现象也很严重。因此消费者对特产的印象不是很好。

2、很多正宗特产企业现在基本形成了区域品牌，由于地区保护和管理的复杂性，特产企业无法将正宗的特产销售到全国各个城市。

（二）企业形象分析

1、脐橙简介

脐橙俗称抱子橘，其果顶有脐，着生着一个次生果，果实无核、味甜、肉脆、清香、化渣。为柑橘类的上上品，赣南脐橙是产在赣南的脐橙，为脐橙中的上上品。赣南由于其得天独厚的土壤条件，生产的脐橙果大形正，橙红鲜艳，光洁美观，可食率达74%，肉质脆嫩、化渣，风味浓甜芳香，含果汁55%以上，可溶液性固形物含量14%以上，最高可达16%，含糖10、5%—12%，含酸0、8—0、9%。由于品质优良，风味浓郁，富有香气，深受欢迎，无形之中消费者把赣南产的脐橙称为赣南脐橙。

2、功效

①赣南脐橙含有丰富维生素、糖、酸、纤维素、胡罗卜素、维生素b

1、维生素b

2、蛋白质、脂肪及钙、磷、铁等多种营养成份。常食脐橙，有助于预防动脉血管的硬化，降低胆固醇，分解脂肪，排泄有色金属和放射性元素及体内的结存物，有利于防止癌症等疾病，具有促进血液循环和新陈代谢，恢复体力，增强体质、保护健康。

②赣南脐橙营养丰富，含有人体所必需的各类营养成份，据检测，每100ml鲜橙汁含：热量207焦耳，蛋白质0、9g，脂肪0、2g，氨基酸203、9mg，维生素a0、127mg，维生素b10、08mg，维生素b20、03mg维生素c60mg，并富含钙、铁、磷等元素，经常食用具有降低胆固醇、分解脂肪、减少有色金属和放射性元素在人体内积累、清火养颜、防癌抗癌、延年益寿之功效。

（三）产品分析

1、赣南脐橙含有丰富维生素、糖、酸、纤维素、胡萝卜素、维生素b

1、维生素b

2、蛋白质、脂肪及钙、磷、铁等多种营养成份。

2、橙营养丰富，含有人体所必需的各类营养成份，并富含钙、铁、磷等元素，经常食用具有降低胆固醇、分解脂肪、减少有色金属和放射性元素在人体内积累、清火养颜、防癌抗癌、延年益寿之功效。

（四）竞争分析

竞争的种类，有不同的方式。竞争的效果，是鼓励创造与前进，人类走向新的生活形态，是社会变迁的重要因素，这是竞争的优点。为进一步加大赣南脐橙对外宣传力度，提高赣州和赣南脐橙知名度，提高在水果市场的竞争力。现在好多地方都有脐橙，而且各自都有自己的特色，所以竞争也十分激烈，我们的产品要做出特色，要开发特有的渠道，要开发稳定的市场顾客群体，只有这样才能在市场竞赛中占优势。

（五）、消费者分析

1、现在消费水平不断提高，消费理念也在转变，人们已经超越了以前的店面消费，逐渐转入网上购物，进入的电子商务的时代。

2、消费者现在消费不是单纯的物质消费，已经上升到精神消费。身份地位、人际关系等等已经成为他们的精神追求

3、现在大家不仅局限在温饱层面，消费者更注重养生、美容等深层次的需求。 4、脐橙作为优秀的水果，营养效果极高，美容效果特佳，是老少的健康良品。

优势与机遇

1、工艺专利

2、资金政府大力支持

3、赣南脐橙知名度大：赣南脐橙果大形正，橙红鲜艳，光洁美观，肉质脆嫩化渣，风味浓甜芳香，得到国内外知名人士、专家和国家有关部门的高度评价和肯定

4、赣南脐橙有优越市场：赣南脐橙拥有宽大的市场，现如今已经在全国各地销售，有很好的市场环境，前景很乐观，这对于赣南脐橙未来的发展起到决定性的重要。

5、赣南脐橙的销售价格定位的也很合理，各种阶层的消费者都能乐意接受。

6、赣南脐橙具有独特的销售方式，采用各种分销的方式达到满足消费者的需求。

7、互联网的高速发展为网络营销提供了实现的平台网上用户的不断增长带来了更大的市场空间

劣势与威胁

1、网站设计不合理

2、访问量不高

3、国外市场知名度不高4脐橙加工技术还有待提高

5、赣南脐橙在国内市场面临各种外来水果的挑战，脐橙业受到各种冲击6贮藏保鲜技术落后，贮藏库建设不合理。

7、品种结构单一、熟期过于集中。

8、缺乏大型产地批发市场，物流成本高。 9缺乏营销专业人才，营销促销效果差。

（一）营销目标和战略重点

根据以上的分析，我们可以看出赣南脐橙虽然在国内有很高的知名度，可是在国际市场知名度却不尽如意很少，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的。最根本的目的就是要把赣南脐橙宣传出去！所要实现的目标是在短期内（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上知名度提高。而我们的战略重点在于：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）产品和价格策略

由于赣南脐橙品种结构单

一、熟期过于集中。目前，赣州市脐橙种植品种85%以上是11—12月成熟的中熟品种（如纽荷尔、纳维林娜、福罗斯特、朋娜等，且以纽荷尔种植面积最大（占种植面积的90%以上），10月底以前成熟和次年成熟的早熟、晚熟品种不足10%。上市时间短，集中上市矛盾十分突出。一旦产量巨大且集中上市，必然使价格下跌。

产品策略：加工销售，采取包装做送礼的礼品策略价格策略：高开低走策略。

（三）渠道和促销策略

水果业在渠道上没有什么大的突破，鉴于在国内网上在线销售并不理想，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资讯网站以及网站的推广促销上。

1、门户网站的建立

赣南脐橙面向交易会员所的资讯网站，力求将赣南脐橙业良好形象、丰富的行情资讯、合理健全的交易程序作全面的展示，并且能够涵盖企业办公管理、在线知识管理、人力资源管理等公司信息。通过及时、有效的资讯提供，客服互动在所有客户面前树立赣南脐橙更好的企业形象，为创造更好的社会效益和经济效益铺垫基础。

完善的赣南脐橙网站解决方案其优点在于：它会成为信息发布、信息收集、信息处理及信息共享的最有效工具。通过借助完善的方案策划书，必须充分考虑网站未来信息流量大、信息密度高，信息面广的特点，将信息服务有序的、实时的、准确的完成。同时，借助网站的互动能力广泛地收集来自企业内外部受众的反馈信息，并加以整理和分析，充分融合，然后以intranet/internet的形式让信息自外向内再自内向外有序流动、形成一个闭环的信息系统，真正将信息服务提高一个层次。

2、网站信息资源分析

（1）公众信息

赣南脐橙静态信息：赣南脐橙简介、采购商、供应商、联系方式、各种关联网站链接等公司的各类比较固定的图文资料；

业务运营相关静态信息：查询热线、投诉热线、标准交易合同、收费须知、相关工具及常识；

动态资讯：最新市场消息、行业专题、行情分析、专业评论、赣南脐橙报价、图表、人才需求信息等可能需要不定期或者即时更新的图文资料；

企业运营信息：通告、客户帐目信息、历史合约记录、办公信息、人力资源信息、知识文档。

（2）会员信息

以上信息，要求只能有登录系统权限的人员才能阅读相应的信息。这部分信息需要以会员权限来确定其阅读、交换、共享的范围，具体的体现方式及实现手段需要进一步沟通以确定最佳解决方案。 2、2设计原则

整体效果：应当是简洁美观，功能强大，信息互动性强，界面分明，功能性与可读性相融合，信息量大，具有鲜明的行业特点和时代感。图文设计标准：以56kmonden这一带宽为基本衡量标准，在不影响美观的情况下尽量使各种带宽用户能够尽快获取相关信息。

旗帜设计：网站logo、网站名称、主题等力求在公司vi的基础上表达准确，易于理解与辨析。

内容分类：适合人的阅读习惯，分类清楚、重点突出、简明扼要。

网页设计：色彩过渡平稳和谐，以色块对比突出重点，以线条穿插活跃气氛，适量运用简洁精致的图片和动态元素以吸引用户注意力。

后台系统：以功能完善、使用方便的后台资讯发布、帐户管理、在线查询、信息反馈、会员管理等各个子系统来支持网站信息的更新和管理，使网站的操作和维护过程更加方便快捷。数据库及用户查询界面则尽量以实用为原则来设计开发，同时保证信息传递的快速性与安全性。

2、网站的内容策划

该网站主要由六个部分组成，分别是：赣南脐橙概况、资讯中心、业务介绍、客服中心、网上营业厅、在线办公。

3、网站推广方案

（一）传统营销相结合

（1）将网址印在信纸、相册、名片、宣传册等印刷品。

这种办法有时却被忽略了，确信网址拼写正确，域名是否便于记忆就成为影响网站推广效果的重要因素之一，域名选择时就要考虑到网站推广的需要。

（2）使用传统媒体广告

传统媒体广告不应废止无论是杂志广告还是报纸，一定要确保在其中显示公司的网址。要将查看网站作为广告的辅助内容，提醒用户浏览网站将获得更多的相关信息。别忽视在一些定位相对较窄的杂志或贸易期刊登广告，有时这些广告定位会更加准确、有效，而且比网络广告便宜。还有其他传统方式可以增加网站访问量，如直邮、分类广告明信片等。电视广告恐怕更适合那些销售大众化的产品的网站。

（3）供免费服务

人们都喜欢免费的东西。通过免费的信息吸引人们访问你的网站，比单纯叫人来访问你的网站更有效。提供的免费内容要与销售的东西非常接近，这样你吸引来的访问者才可能是你的目标潜在客户。提供免费服务的同时，网站要提供多种连接方式将获取免费信息的用户的注意力引向你销售的产品部分。如免费邮箱，免费网站登记，免费发布信息等。

（4）发布新闻

新闻推广总是有效的，即使消费者一下子记不住你的网址，也会留下一定的印象。寻找有新闻价值的事件（比如宣传你提供的免费服务），并将新闻发布到金银行业的印刷期刊和网站期刊上，你可以使用一些网络新闻发布服务，比如xprepre或者免费的prweb，新闻中添加上网址会增加链接广泛度。

（二）e—mail策略

（1）在你发出的邮件中创建一个“签名”，让潜在客户与你联系大部分邮件系统都有创建签名的功能，签名会出现在发出去的每封邮件的末尾。签名要限制在6到8行之类，包括：公司名称、地址、电话、网址、email地址和一句企业的描述。

（2）建立邮件列表，每月（或每隔2月）向用户发送新闻邮件（电子通讯/杂志）这是与客户保持联系、建立信任、发展品牌和建立长期关系的最好方法之一。可以请网站访问者填写他们的邮箱地址，从而收取新闻邮件。发送邮件时需要采用群发服务器。建立自己的邮件列表学要长期的积累，是一项艰苦的工作，但其价值是巨大的，因此是网络营销的重要手段之一。

（3）向邮件列表用户（客户和访问着）发布产品信息，如优惠卷、新产品及其他促销信息。如果将邮件主题和正文进行个性化处理将会获得更好的效果。要遵守邮件主题的几项基本原则：体现出邮件内容的精华b体现出发件人信息中无法包含的内容c体现出品牌或者a产品信息d邮件主题含有丰富的关键词e邮件主题不能过于简单或者过于复杂。

（4）租用目标客户邮件列表，这些邮件列表客户在邮件列表商的网站注册时表示同意接收某类别商业邮件信息，因此向这些用户发送产品信息是合法的，不是垃圾邮件。

（三）广告策略

付费广告能更加迅速地推广你的网站。网络广告价格一般有以下三种计算方式：传统cpm方式（每千人次印象成本）；ppc方式，即按点击数付费；按实际订购量付费，还有会员联盟订购方式等。

（1）e—mail新闻邮件中购买短小文本广告

选择目标定位适合自己的邮件列表，在发送给该系列用户的功能邮件（每月通讯、电子杂志）中发布的简短的文字广告。较之其他的网络广告，这往往是非常有效又成本不高的广告方式。

（2）实施会员制营销

联盟会员在自己的网站上加入盟主网站的链接，通过该链接实现销售后，将给予该会员一定的佣金。实施会员制度营销应该注意以下几个方面：给会员佣金提成的比例；开发适合自己的联盟程序；推广会员联盟以获得更多会员加盟你的网站。

（3）搜索引擎竞价排名

竞价排名根据广告实际点击量付费，而且目标定位准确，是一种成本低效果好的方式。

（4）将商品提交到比较购物网站和拍卖网

比较购物网站将你的商品和价格与其他同类网站商品进行比较。目前存在免费和点击付费方式网站，还有一些根据销售金付一定的佣金。

（四）链接策略

在其他网站做链接可以带来更多的访问量。自从google等主要的搜索引擎将网站链接广泛度作为排名参考的因素以后，越多网站连接你，你的网站排名就越高。同时，链接的质量也是搜索引擎考虑的要因素。链接在访问量高的网站比链接在访问量低的网站更有优势。

（1）将网站提交到主要的检索目录

（2）将网站登录到行业站点和专业目录中

（3）请求互换链接

（4）发表免费文章，附带站点签名

（五）搜索引擎策略

（1）添加网页标题

（2）添加描述性的meta标签

（3）在网页粗体文字中也填上你的关键词

（4）确保你在征文第一段就出现关键词

（5）导航设计要易于搜索引擎搜索。

（6）针对有些重要的关键词，专门做几个页面。

（7）向搜索引擎提交网页

（8）调整重要内容页面以提高排名

（四）客户关系管理策略

1、客户关系的维系主要是在产品、信息等方面。在这一方面，我们可以沿用本公司的以前做法。在此以前，本公司以每年20万美金的高费用为消费者订阅了路透信息，每天24小时不间断地发布最新的金价、供求信息、交易网络炒作等一系列消费者关心的讯息，绝对准确、绝对第一时间。

2、建立消费者个人信息数据库。

对消费者的消费行为实行积分制，只要消费积分到一定数，就送代金券，以带动再次消费。每个特殊的节日或消费者的某个纪念日，就送上小礼物或者其他人性化的服务，还要及时把公司的最新产品信息传递给消费者，以吸引消费者的好奇心。

3、定期与顾客保持联系。

为顾客订阅免费的电子刊物，询问顾客你的网站更新时是否用e—mail通知他们，每次购买之后，继续了解顾客对购买是否满意。

4、每封为客户准备的电子邮件无论定位还是内容都进行优化。

5、按照客户资料进行了认真的细分，并针对不同的客户订制了相应的新闻邮件。

6、为网站的访问者建立了信息反馈体系，根据反馈信息对邮件内容进行调整和完善。

7、对每封将要发出的邮件都进行了认真的测试。

8、为你的网站访问者提供免费的在线产品。

这些产品可以是电子书籍、搜索引擎登记、e—mail咨询、网站设计等，作为回报，请他们填写一个关于你的网站、产品或服务、顾客服务等的简短的调查表。

准备阶段逐渐将e化的商务模式推广并运行到企业内部，最主要是与网络服务商签定域名注册计划和精心策划能够吸引消费者的网站。培训部分网络人员，以用于保证网络的安全与维护。其中的重点是欲扬先抑地把“网络本公司”口号提高。

实施阶段本公司的营销毕竟是从沿用的传统模式更变为电子商务形式，对于企业自身的消费者来讲都需要一个适应过程，所以不能急功近利地把网络营销100%的采用，而是要两者加以结合，慢慢地实现电子商务完全融入。（本策划书的策略部分有详细讲解）

测试阶段网络炒作，在网站与电子商务的推行期间，应逐步完善并加强管理。对于试行期间出现的问题应予以及时加以纠错，此期间网络工程人员的责任最大。

**网络营销策划书篇四**

前景

中小服装企业在规模、资金和管理方面的实力比较弱小，电子商务则可以为中小型服装企业的经营与管理打开新的局面。利用internet赢得新市场、创造新的行销手段、参与到与大企业的竞争中来，正日益成为中小服装企业新的战略发展目标。

对于中小服装企业来说，自己建设电子商务网站并非一个好办法，主要因为其受制于以下几个因素:

（1）就电子商务而言，传统服装企业都是外行，自己建设的网站在对网络特性的充分利用上，自然显得先天不足。很多服装企业的网站，只能相当于公司的“网上店”，其致命缺点在于可扩展性不足。除少数品牌知名度极高、市场份额较大的服装公司外，这类站点发展空间将非常有限。

（2）新经济“快鱼吃慢鱼”的规则要求服装企业学会有效整合有效资源，这是增强企业核心竞争力的必然措施。中小服装企业的人力、财力、信息技术实力较弱，因此在实施电子商务的过程中更需要学会整合有效资源。

（3）中小企业要为自己的网站承担开发和建设成本、市场初期宣传的巨额费用，并且要保障技术网站及时更新，这对中小企业来说不啻为一个巨大的包袱。这样的网站不仅不能帮助企业盈利，相反会使企业浪费资金和时间，延误商机，丧失抢夺潜在客户的良机。

公司简介

武汉伊人丽园服饰有限公司于一九九九年九月十九日在武汉成立。伊人丽园女装在主体设计风格上追求“时尚、青春、高雅、舒适”，设计理念上倡导“创意、求新”，注重新产品开发的独创性。公司采用现代化的网络管理，具有健全的组织机构，全面实施品牌战略。

公司自成立以来，陆续引进进口的加工设备；对技术员工进行专业培训；优秀而年轻的管理队伍更是为公司的优质产品提供了充分的质量保障。公司集现代化的生产设备；优良的加工工艺；完善的管理体制于一身。在短短几年时间里，伊人丽园已经成长为一家集设计、生产和销售于一体的专业化服装公司。

以人为本，主动竞争；是伊人丽园一贯秉承的价值观；“集体利益是企业的最高利益”是伊人丽园员工所遵循的做事原则；“诚实、敬业、自信”是伊人丽园的企业精神；“认识自我、完善自我、超越自我”是伊人丽园永远的追求；“坦诚、交流、合作”是伊人丽园人的处世之道。

公司除生产“伊人丽园”品牌系列女装外，还对外承接加工业务，我们秉承品质至高，价格合理，服务优良的经营方针，竭诚为社会各界人士进行团体西装、职业装、时装的设计加工，也欢迎服装界同行来我公司贴牌（oem）生产。

目标群体

据一项统计数据表明，已有超过六成的中国都市女性尝试过网上购物，网上“她经济”十分红火。一项调查显示，在c2c网上交易最主要的服装、化妆品和珠宝买卖中，女性买家和卖家的数量均超越男性。

网络之所以能够迅速成为女性购买物品的集散地，是因为女性易受人影响，跟风和从众心理严重，而网络则为女性提供了一个可以发表意见和接受意见的平台。另外，网上购物会使女性对数字更忽略，使消费成为一种习惯。

在c2c和b2c领域，网上卖得最火的前五位商品分别是：潮流时尚服装、饰物配件、箱包鞋帽、美容护肤化妆用品、内衣产品。服装产品当仁不让的稳坐网络热销产品第一位

从传统的销售渠道可以看到，对于时尚类服饰尤其是女装，众多小型的服装店是走货的主要渠道。这也解释了为何淘宝上那么多的服装店能够分享了那么多的服装购买需求，而同时，在这个平台上能够汇聚如此多的、极具特色的、个性化的服装产品。

向更广阔的市场营销自己，向全世界营销自己，是我国中小企业多年的宿愿，20xx年这个千载难逢的好机会岂容错过。对于希望把每分钱都用在刀刃上的中小企业来说，网络营销是个不错的选择。女装企业将拥有良好的网络商机。

经营思路

\* 鼠标＋水泥

集结b2b b2c为一体，通过实体批发与网络批发以及零售为一体。

1．采取网上单一品种，大批量购货方式，节省采购成本。

2．缩短生产周期，最终降低生产成本。

3．通过有效的库存管理，降低经营成本。

4．通过全球的批量销售降低营销成本。

5．网络扩展销售渠道，由于有实体所以风险不大。

\* 个性化服务 按单制造 （build to order）

量体裁衣，与众不同。

让广大消费群拥有适合自己的服装。

不再为撞衫或者体型独特而烦恼。

\* 我的服装我做主

design it yourself and we will make it for you.

以往大家的服装只是在一些专卖店购买的，然而衣服上的所印的图案显示不出自己的个性，而且容易出现大家不喜欢的撞衫现象。我厂新近推出服装定做项目，针对中青年，学生的一个互动式的生产活动。如果你想把你的个性、你的愿望体现在一件质地精良、简约高雅的文化衫上，尽情的发挥你的想象力或为你打造只属于你自己的精品服饰，为你解决烦恼。

【个性t恤的精选】

1、精选印制：最先进印制技术，高品质空白t恤上印刷，不掉色不起皮，洗后无手感。

2、精选t恤：精品空白t恤，纯棉透气，做工精良，保证质量。 有男、女式、童款

3、精选图案：精选diy t恤图案或数码相片定做t恤diy个性印制，仅此一件，决无雷同。

【个性t恤定制】

团队服：向心力的凝聚，团队的精神表現。工作服： 把公司形像穿在身上，慰劳員工的好礼。公司文化的延伸。

个性t恤设计制做:把 喜欢的图案印成时尚t恤，穿出个人个性。

情侣t恤(情侣装）:穿上情侣t恤(情侣装），把爱穿在身上，贴 心收藏。每件情侣t恤(情侣装）都为 情侣们倍增浪漫情怀。

亲子t恤（亲子装）: 每一件亲子装都有浓浓的温馨，可在亲子装印上宝宝名字。更显亲子装的亲子效果

我们目前做的工作

1、创建博客。

\* 新浪博客

\* 网易博客

\* 和讯博客

对公司以及品牌文化做了详细的介绍。

发布企业的最近动态和相关流行服饰信息，以及服装业的营销商机。

2、开设店铺。

\* 店路图

中国最大的互动店铺搜索引擎--将带您轻松找到伊人丽园的实体及网络店铺。

上传地图并发布商品信息。

\* 买麦网

买麦网特别之处在于，它融合了阿里巴巴的搜索和慧聪的资讯，并且将服务做的非常贴身，从寻找商机开始，历经匹配、撮合、接洽、交付、履约、结算、验收、诚信等环节，都为用户提供非常精心贴身的服务。同时，买麦网结合了移动电子商务，使电子商务不仅仅局限于传统的计算机互联网络中，而是随时随地，通过移动网络和手机就能进行操作，在灵活性和方便程度上有了更近一步的拓展。

\* 中国制造网

展开b2b的电子商务 发布公司信息以及产品 寻找潜在买家

\* 淘宝店铺

招聘网络代理 授予网络代理证明书 打开c2c平台上的b2c2c和b2c业务

通过旺旺或者买家留下的资料和每一位买家进行交谈，调查访问，反馈信息。

交易前的准备阶段

这一阶段内要完成的主要工作是：行情调研。

行情调研为了获得与贸易有关的各种信息。通过对信息的分析，得出国内市场行情特点。判定贸易的可行性并进而据以制定贸易计划。

行情调研范围和内容包括：经济调研；市场调研；客户调研。

1．经济调研

经济调研的目的在于了解地区的总体经济状况、生产力发展水平、产业结构特点、消费水平和基本特点等。总之，是对经济大环境有一个总体的了解，预估可能的风险和效益情况。贸易总是要尽量与总体环境好的地区间开展。

2．市场调研

市场调研主要是针对某一具体选定的商品，调查其市场供需状况、生产的技术水平和成本、产品性能、特点、消费阶层和高潮消费期、产品在生命周期中所处的阶段、该产品市场的竞争和垄断程度等内容。目的在于确定该商品贸易是否具有可行性、获益性。

3．客户调研

客户调研在于了解客户的基本情况。包括他的资金规模、经营范围、组织情况、信誉等级等其自身总体状况，还包括他与其他客户经济关系的历史和现状。只有对客户有了一定的了解，才可以与之建立经济联系。实际工作中，常有因对对方情况不清，匆忙与之进行交易活动而造成重大损失的事件发生。因此在交易磋商之前，一定要对客户的资金和信誉状况有十足的把握，不可急于求成。

前期的营销策略

主要以国内贸易为主，实体批发为基础结合网络批零以及接单制造。

1厂价直销~低价冲击

以及最低的报价，薄利多销，打开市场。

2量体裁衣~创意冲击

打造出独一无二的服装信息 提供可供定制的样版。

别出心裁，制作产品，制做服装订做杂志，对新老客户发布。保护产品创作产权，以免版权外泄。

3网络宣传~广告冲击

1）博客推广---在博客内对公司以及品牌做详细的介绍并发布企业的最近动态和相关流行服饰信息，以及服装业的营销商机。

2）友情链接---与淘宝上其他店铺或博客人气博主建立联系，收藏分享，增加人气。

3）邮件广告---通过发送邮件广告，做广告宣传。给人印象冲击。

4）口碑传播----对客户的诚信，网站的反复使用。前期可先通过同学熟人等宣传。

5）论坛发帖---有些流行的服饰网等的社区论坛的积极交流，举办活动。

6） 搜索引擎排名---登录国内外搜索引擎和导航站的收录； 增加外部链接和反向链接数目，提高搜索引擎搜索的有效性和排名。

4 线下咨询~信息回馈

同时大量采纳各种定制者的产品信息，以及实体与网络销售的信息反馈。

为顾客建立电子信息档案，储藏顾客的基本信息，包括身材尺寸，个人喜好，及联系方式

定期将店铺的最新产品信息和服装流行趋势以邮件等方式向顾客提供

提高服务水平，提高客户回头率。

后期运营计划：

建立企业b2c电子商务网店，拓展销售范围。网店设立会员卡、优惠卷等促销模式。

网店主要针对目标群体为实体店销售范围外全部潜在消费者和已产生过消费行为用户。由此因为地理因素实体销售终端所不能够触及的消费者和潜在消费者得到最大程度拓展，同时也增强销售渠道覆盖面积。

运营亮点分析：

1、 实体店特设置优惠卷免费发放策略，通过实体店消费满一定限额可以获得定额现金折扣卷，持折扣卷上印制的帐号以及密码即可以在企业b2c网店享受现金折扣。

2、 实体店会员卡免费发放策略，针对实体店新老客户发放免费会员卡计划，通过会员卡上序列号进行注册，并可以直接获得企业在网络上的b2c网店的vip会员，从而享受各种优惠计划。

3、 由网络销售点完成的交易，在发货过程中，均免费赠送会员卡、优惠卷和现金折扣卷，从而在交易完成之后在次向用户伸出幸运的橄榄枝，以此在次引导和促进用户发生第一次或者第二次购物行为。

4、 通过网站统计系统，向上海地区本地用户，发送实体店铺现金折扣卷、新品体验邀请涵和线下活动邀请函，从而促进对本地用户实际推广效果和用户提醒。

由此可以促生的，用户在第一次在实体店进行消费之后，因为地理环境问题，不能够进行第二次消费的，很自然的被引导至网络销售终端。而通过网络销售终端拓展各中活动，促生和宣传推广线下销售终端。

订单履行流程

\* b2b/b2c的电子商务流程

1客户提出商品报价请求（reqote），说明想购买的商品信息。

2供货方回复该商品的报价（quotes），说明该商品的报价信息。

3客户方提出商品定购单（orders），说明初步确定购买的商品信息。

4供货方作出定购单的应答（ordesp），说明有无此商品，以及规格型号、质量等信息。

5客户方根据应答提出是否对定购单有变更请求（0rdchg），说明最后确定购买的商品信息。

6、客户方提出商品运输说明（iftmin)，说明运输工具、交货地点等信息。

7、供货方发出发货通知（besadn），说明运输公司、发货地点、运输设备、包装等信息。

8、客户方发出收货通知（recadv），报告收货信息。

9、交易双方收发汇款通知（remadv），买方发出汇款通知，卖方报告收款情况。

10、供货方发送电子发票（invoice），买方收到商品，卖方收到货款并出具电子发票，交易过程结束。

我们的目标

让伊人丽园遍布每一个需要她的地方！

现在

伊人丽园服饰实体足迹：

哈尔滨，长春，沈阳，乌鲁木齐，北京，河北，太原，西安，郑州，合肥，武汉，重庆，南昌，株洲等。

网络平台上的足迹：

河北保定，山东潍坊，江西赣州等。

未来

全国共有：23个省，5个自治区，4个直辖市，2个特别行政区；50个地区（州、盟）；661个市。

对外贸易也是未来的一部分。

**网络营销策划书篇五**

贵包包是一个箱包类导购网站，站点面向的用户群体主要是中高端消费群体。站点的运作方式是采用机选或认证联盟的方式对淘宝等平台上的箱包商品或店铺进行筛选，然后通过提供直观形象的浏览界面、便捷易用的查询搜索比较等功能，帮助和引导用户对箱包进行选择。但最后的购买、下单和支付行为将被引导至淘宝等平台进行。

站点的价值在于：弥补淘宝等通用平台在箱包领域的在线销售功能，帮助有实力的箱包卖家更多样化的展现其商品，帮助中高端买家更方便的选择商品。

站点的服务目标是：名贵的设计，高贵的品质，绝不昂贵的价格！

站点的营利模式是：

广告：用户点击广告，被引导至目标淘宝商品或店铺。按点击收费

淘宝客：用户浏览商品，被引导至淘宝，并完成交易，收取佣金

1、目标对象——中高端消费群体（据调查显示，作为现在消费的主力，现在80后、90后的消费经验有80%都是来自于网络，对于他们所想要购买的商品，一般都会在网络上进行调查咨询，了解产品的质量以及口碑。企业的网络新闻在发布之后，都会保留在网站之上，网民可以通过导航或者搜索引擎寻找并进行阅读。相比之下，电视新闻播放之后几乎无处可寻，报纸杂志报道之后也不易保留，而网络的便捷性则非常明显表现出来。不仅是消费者可以通过网络新闻进行了解，各种加盟代理商、生产商等都会通过网络进行查找。 ）

2、市场背景——随着电子商务的发展，网上销售受到越来越多的关注和信任，尤其是受到青年的推崇，特别是新生一代80后90后，而白领一族平时工作繁忙，时间少，而市场购物，耗时长，相对的网购不仅可以节约时间，而且有更多的追求个性的机会。而现在的人们最喜欢在淘宝购物，在那里有我们需要的各种各样的商品。当然商品太多出带来了许多弊端：繁杂的商品，使用户购物时难以抉择；统一的界面，使商户产品展示单调；淘宝就像一个网上超市，啥都有，这时需要一个更专业，更针对性的网站来引导目标客户找到他们想要的商品。

1、竞争优势

此网站可以有效解决客户在淘宝上进行大浪淘沙似的寻找商品，可以使客户直观形象的浏览界面，更简易的搜索，商品对比，帮助和引导用户对箱包进行选择，但购买、下单和支付行为将被引导至淘宝等平台进行。此网站可以使客户了解到箱包最新信息、活动，最优惠商品，并减少客户在网上购物时间，为客户最大限度省钱。

2、竞争对手分析

在网络营销中客户处于主导地位而我网站的目标群用户是中高端消费者，消费呈现出个性、成熟、品味的特征，因此网站的设计必须满足既简洁又时尚。

所谓网站推广，目的在于让尽可能多的潜在用户了解并访问网站，通过网站获得有关产品和服务等信息，为最终形成购买决策提供支持。网站推广被认为是网络营销的主要任务之一，是网络营销工作的基础，网站推广的效果在很大程度上也就决定了网络营销的最终效果。

kk根据用户了解网站的途径和方式，可以相应地将网站推广手段做如下的分类：

kk第一，按照用户所获取网站信息的来源，可分为网上途径和网下

途径，因此网站推广手段相应地也有网上推广和网下推广两种基本类型。网上获取信息的途径也就是本网站推广渠道，但这些并不是用户获取有关信息的惟一渠道，事实上，网络营销并不拒绝网下的营销方法，两者并不矛盾，可以互相配合发挥各自的优势，从而获得更好的网站推广效果。在网络营销方法中，一般很少去考虑网下的营销手段，不过在网站推广方面，利用网下的手段有时是很有必要的，因为一些网站在刚发布时利用网上推广手段并不一定很快达到推广的目的，因此往往需要网上网下相结合来进行， 当然以网上推广为主。

kk第二，按照用户获取网站信息的主动性和被动性，可将获取信息的渠道分为主动渠道和被动渠道，网站推广手段也有主动和被动之分。 用户的主动获取信息就意味着网站以被动的方式来推广，例如我们通过电子邮件的方式向潜在用户推广新的网站是主动推广，而用户则是被动地接收信息；当用户通过搜索引擎发现并进入一个网站时，是用户主动获取信息，而网站则是被动的推广。网站为用户了解网站信息提供尽可能方便，因而从用户的角度来看，用户是主动的，而网站方面是被动的等待用户的了解。同样，用户通常也并不总是真的只能被动接受信息，仍以用户电子邮件推广为例，正规的email营销是首先经过用户许可的，也就是说用户接收的信息是用户自己定制的（如自愿选择加入的邮件列表），但什么时间发送这些信息，以及发送什么信息仍然是有企业决定的。电子商务时代通常被认为是用户制定营销规则的时代，因此，用户掌握了更多的主动权，但是用户的主动权并不完全取决于自己，因为他所获取的信息必定是企业事先已经设计好的，而信息的多少，以及对用户是否有价值，主动权仍然掌握在信息提供方——企业的手里。

kk第三，根据用户了解网站信息所利用的具体手段，可以罗列出许多方式，如搜索引擎、分类目录、分类排行榜、网站链接、电子邮件、即时信息、网络实名、通用网址、论坛、黄页、电子商务平台、网络广告、电子书、免费软件、网址大全书籍、报刊网站推荐等等，每一种方式均可作为一种网站推广的手段。由于这种分类方式难以穷举所有的网站推广方法，因此通常将这些方法穿插在其他网站推广类别中。

**网络营销策划书篇六**

为配合百业国际汽配城快速打造国内汽配行业知名度，快速兴旺百业市场，东莞市丝绸之路网络技术有限公司张应东先生本着专业负责的精神，为百业汽配城做以下网络营销策划。

百业汽配城的目标是成为华南最大的现代化、品牌化、规模化的专业批发市场，成为华南地区第一家配套完善的现代化汽配城？在现阶段，百业汽配城进行网络营销的主要目的是：

第一、招商；

第二、快速兴旺市场，提高租户的满意度和期望值！

中国网民1亿2600万，80％网民是企业品牌及产品推广的良好对象。对于百业汽配城，网络营销就是要让这1亿2600万网民中对汽车配件、汽车用品等感兴趣的网民90％都能知道百业汽配城，对于想从事汽车配件、汽车用品等事业的网民知道百业国际汽配城。

现在企业品牌推广最常用的是网站是：慧聪，阿里巴巴网络实名，雅虎，百度；网络品牌保护一般要抢先注册中文域名。针对百业汽配城的现状，做以下策划：

1、慧聪网vip会员（48，000元）

慧聪网作为知名网络媒体，凭借强大的品牌优势及强大的客户群体，通过总裁访谈，公司专题的强势报道，能很快提升百业汽配城在国内同行业中的知名度，吸引优质商家入驻，同时，也会吸引很多消费者的眼球，为快速兴旺市场奠定坚实基础！

服务项目：

1-1提供“品牌旗舰店”品牌展示位图片1年

作为慧聪网优质供应商的专区――“品牌旗舰店”，是众多用户关注的焦点！

1-2总裁访谈、企业专题各2次/每年（提高百业汽配城知名度最有力的工具）

总裁访谈：慧聪网专业记者将对李总进行面对面访谈，访谈的图片及报道，将放在慧聪网汽车配件行业网站首页“商人访谈”栏目中，有效期1年。

企业专题：慧聪网专业网站设计人员在与百业高层深入沟通后，为百业汽配城做一个专题，为业汽配城的规划，发展，现状等做全面地报道，有效？年。

1-3拥有1个关键词搜索结果页左帧button服务三个月

1-4提供1个关键词搜索结果页顶部banner服务3个月

1-5慧聪网搜索结果页中提供3个关键词排名服务有效期12个月（1－8位）

当用户在慧聪网首页输入“汽车配件”“汽车用品”“汽配”等关键词进行搜索时，百业汽配城就会出现在搜索结果的前8位，处于十分显眼的位置！

1-6中国搜索的搜索结果页右侧提供2个关键词服务排名2－4位，有效期1年

1-7行业频道首页产品展示位产品展示1周

1-8搜索结果页“旺铺推荐”展示位1个月排名服务（1个关键词）

2．搜索引擎推广（共计60000元）

搜索引擎推广重要作用就是：快速兴旺市场，快速全面地吸引消费者的眼球，提高百业汽配城在大众消费者中的知名度！

具体操作：当消费者和部分商家在搜索引擎里输入“汽车配件”、“汽车用品”、“汽配城”、“汽配”、“招商”等关键词时，“百业汽配城”将会出现在最搜索结果页面的最显眼的位置，有很好的推广效果！

2－1雅虎搜索竞价

关键词个数不限，按点击收费。预算：3万/年。

2－2百度竞价排名

关键词个数不限，按点击收费。预算：3万/年。

3．网络实名（共计：48200元）

网络实名是由前3721公司创建的中文上网工具，现仍有一大部分忠实用户使用，并且此类用户大都为商业人士，用户资源很优质！当用户在网站或装有3721插件的浏览器的地址栏中输入以下关键词时，百业汽配城将排在前几位。

3-1固定排名：

汽车配件：8000元/年

汽车用品：3000元/年

汽配：3000元/年

汽配城：3000元/年

东莞汽车配件：3000元/年

东莞汽车用品：3000元/年

广东汽配：xx元/年

广东汽车用品：xx元/年

广东汽车：xx元/年

3-2王牌/直达

百业国际汽配城：1500元/3年

百业汽配城：1500元/3年

东莞汽配：2400元/3年

东莞汽配城：2400元/3年

珠三角汽车用品：1500元/3年

珠三角汽车配件：1500元/3年

珠三角汽配：1500元/3年

广东汽车配件：2400元/3年

珠三角汽车：1500元/3年

东莞汽车：3000元/年

4．中文域名：（共计17250元）

中文域名是含有中文的新一代域名，同英文域名一样，中文域名全球通用，具有唯一性，是用户在国际互联网上的门牌号和身份标识。中文域名属于互联网上的基础服务。用户注册后可以对外提供网站浏览、电子邮件、ftp等应用服务。目前有〝。cn〞、〝。com〞、〝。net〞、〝。中国〞、〝。公司〞、〝。网络〞六种类型的中文顶级域名供您注册。（特别提示：当您注册一个中文域名时，将自动获得包含简体和繁体的两个中文域名）。

中文域名是具有重大价值的网络资源！是网络时代畅行无阻的通行证！是您企业固有品牌的延伸和增值！保证品牌价值不流失更提升企业形象！

品牌保护的威胁在我们周围时常发生。曾几何时，由于企业的一时疏忽，而丢掉了自己的中文域名。而后只能通过仲裁、赎买等方式取回爱名，有些却只能永远失之交臂。尽管一些企业通过某些手段拿回了那本该属于自己的中文域名，但为此所付出的时间和金钱代价也是巨大的。

1东莞汽配城。com2东莞汽配城。cn3百业国际汽配城。com

4百业国际汽配城。cn5百业汽配城。com6百业汽配城。cn

7华南汽配城。com8华南汽配城。cn9珠三角汽配城。com

10珠三角汽配城。cn11广东汽配城。com12广东汽配城。cn

13百业汽配。com14百业汽配。cn15东莞汽配。cn

预算：1150元/个/5年×15＝17250元

根据百业的“九大推广攻略，快速兴旺市场”的规划，网络推广位于第三，以及百业的专业的企业网站，可见，百业对网络营销的重视。

以上方案是对整个网络营销推广的策划，共计预算173450万元币。除了这些，在网络推广方面将不用再做任何投资即可获得预期效果！

作为职业网络营销策划人，真诚希望能为“百业”的百年大业助一臂之力！

一、网络宣传平台

一个地区性企业的网络宣传平台主要包括三部分：公司网站、地方性门户网站、地区性网络社区（、贴吧）等。

（一）公司网站

这个平全由公司控制，宣传方式具有直观性、全面性、主动性。但公司网站对网民的访问吸引力不强，很少有人会专门去访问一个公司的主页。公司网站一定要注重推广。

打个比方，做网站，相当于做宣传彩页；做网站推广，相当于把宣传彩页散发出去。所以做了网站一定要推广，就像你做了彩页一定要发出去一样，否则，还不如不做。经过推广的网站可以更好地提高企业知名度、快速获得统计数据和反馈信息，甚至对企业产品的升级换代都大有益处。

所以，要想最大化公司主页宣传作用，做网站推广，提高网站的访问量是关键中的关键。

（二）地方性门户网站

在地方性门户网站投放是另一网络宣传平台，其宣传方式包括：

1、投放网络，如购买图片、动画、文等形式的位置，

2、撰写文章宣传、推广等等。通常我们称之为“软文”。我们可以撰写发布一些有关圣合得的文章。这样看文章的人就会对产品产生兴趣。

但对于长治的企业来说，门户网站的选择范围小，而且这些网站自身的访问量并不大，导致宣传效果一般。

（三）地区性网络社区（、贴吧）

网络社区投放成本小，宣传范围比较广，而且宣传受众群体契合啤酒的潜在消费群体，是个不错的宣传平台。

宣传方式包括：

（1）投放：

（2）赞助冠名活动

但是长治地区的网络社区文化并不发达，访问量很大的网络社区并不多。要想在网络社区的宣传上做文章，首先得解决网络社区自身的访问量问题。经过调查，长治学院、长治医学院等高校目前均没有自己的网络交流，我们可以在这上面做文章。

二、网民及目标消费者

（一）网民与目标消费者契合点

网民与网络宣传推广的直接对象是网民。而网民的主体是35岁以下的年轻人。

啤酒消费者的主体是50岁以下的消费者（男性为主）。

从这两个主体的重叠部分，我们可以找到网民与目标消费者契合点，将网络推广的主体对象定位为：35岁以下的长治网民。

（二）长治地区网民构成及特点

（1）高校学生：如长治学院、长治医学院、华北机电学校、太行技校的学生等。

特点：

1、年龄在16—24岁之间，空闲时间较多，网络活动频繁。

2、对啤酒的消费需求是在朋友聚会、班级聚餐、毕业聚餐饭、生日节日聚餐等时间。

3、年龄较小，如果能抓住这个群体的消费需求，对企业长远发展有极大好处。

（2）社会人员：包括企事业单位在职人员、社会闲杂人员等

特点：

1、一般具有稳定的收入，

2、同事聚餐，朋友聚会，婚嫁请客较多，对啤酒的消费需求较大，是啤酒消费市场的主体。

三、圣合得产品

任何品牌要想在更大范围发展壮大，首先要在一定的区域发展壮大。圣合得品牌应该将长治地区作为推广的重中之重。

圣合得啤酒作为长治本土的啤酒品牌，具有得天独厚的情感优势。所以，应该把圣合得啤酒定位为“凝聚上党情怀的啤酒品牌”，再进一步说白了就是“长治人自己人的啤酒”、“圣合得，长治的，自己的”。所谓大道至简，在千头万绪中找出品牌最适合的位置就是成功。我们在产品宣传中要将产品的本土化优势发挥的淋漓尽致。

通过强化圣合得啤酒的本土化概念，使“圣合得，长治的，自己的”或“长治人自己的啤酒”这个概念深入人心，从心理上、情感上为圣合得啤酒和本土消费者找到一个强有力的对接点。使圣合得品牌突破产品被同质化的局限，通过扎根本土文化，赋予产品以情感，从消费者心理入手，以情感去打动长治消费者，从而在长治啤酒市场的竞争中实现突破。

根据以上网络宣传平台、网民、目标消费者的，我制定了以下网络营销推广计划：

（一）建立网络宣传平台

1、建立公司网站及：建立公司主页和公司交流。全面直观地展示公司的形象。

2、建立高校（可以通过申请网络免费实现）：根据我的调查，目前长治学院、长治医学院等学校的学生并没有自己的交流，我们可以为其建立。目的是为目标消费者提供一个聚集的平台，将消费者掌握在自己手中。然后通过迂回的方式将消费者吸引到圣合得公司主页或者中，解决公司网站的访问量问题，达到宣传公司产品的目的。

（二）宣传推广

针对网民的两个构成部分分别采取不同的宣传方式：

1、对高校消费者（以长治医学院为例）

首先必须通过实体宣传的方式将我们建立的“长治学院”宣传出去，提高其访问量及注册用户。可以采用在长治学院散发传单等方式。等到访问量达到一定程度，在投放并开展一系列冠名活动，将目标人群吸引到圣合得公司的主页或者圣合得中。如采取“圣合得logo有奖征集活动”，然后将活动作品提交地址链接到公司主页。

2、社会消费者

根据这部分人群特点，采取实体宣传和网络推广相结合的方式。

网络宣传包括在长治市各大网络、网络社区、交流、贴吧等平台投放。

实体宣传可以在各街道举举办“圣合得语有奖征集”活动，而语得提交需在圣合得有限公司的网站主页提交，将目标消费者引导到公司网站。还可举办“圣合得，上党情”万人条幅签名等活动。

（三）促销跟进

第一个环节，大量铺货于酒家、饭店、超市。

第二个环节是招聘促销人员，进行强化训练，要求促销人员在风格上大方、得体、自然，熟悉厂家情况及珠啤与众不同的风味，以便向客人推荐。

第三个环节是搞好社区服务，在社区组织促销活动，吸引大量观众，并且一边免费品尝一边现卖。

第四个环节是合理灵活地运用促销赠品。如印有圣合得的环保购物袋等。

总之，圣合得品牌在长治地区的网络营销推广，只要借助本土品牌的情感优势，从高校宣传入手，结合实体宣传，将“长治人自己的啤酒”这一概念深入人心，让长治人人人知道圣合得，人人了解圣合得，一定能抢占更多的市场份额。

现在市场竞争越来越厉害了，我前几年开的影楼面临着巨大的竞争压力，为了应对这些压力，我也想出了很多的办法，其中网络营销是一种很不错的选择。

网络营销也就是在网站上做，这就需要我对各种网站的了解了，我只有联系谷歌，让他们给我投放，这是一种省时省力而且有效的策略，是一种被证明很好的投放方式。

不过在我投放前，我还是会做好市场调查的：

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xx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：写楼。

消费类型：感性消费为主，混合时尚消费。

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。

婚纱摄影服务、服装租赁、婚纱销售、相关产品销售，服装定做。

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。

xxxxxx

xxxxxx

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，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。

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。

社区、即时通讯、博客：通过群发，发贴、做博客等方法。进行网站的推广。

病毒式营销：主要是借助客户的力量，我们通过给客户提供电子相册的制作。客户可以通过现有的空间、博客等工具进行传播。来推广网站和网络品牌的建立。

许可式电子邮件营销：通过网站使得客户进行注册，提供客户的邮箱，获得许可营销，对客户进行定期的产品和信息的发送。通过发送节日祝福等信息进行邮件营销。

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。

1、运营经理：负责对相关人员的管理和考核，进行营销策略的制定和活动的开展。

2、网站客服人员：负责即时和网站浏览者进行交流，解决浏览者的问题，主动和客户进行交流，吸引客户让客户到门店来。随时接听客户电话。

3、网站推广人员：负责通过网络营销工具增加网站流量。更主动网站的目标客户。

4、网站文案编辑：来实现网站目标，通过网站的文案写作，实现创意营销，吸引客户进行网站浏览。引导浏览者采取行动，取得客户的信任。

面对如此竞争，我这些应对方法还是不够，我还是要继续努力的提高影楼的知名度，为顾客提供更好的的服务，这才是做长久生意的最根本！

也许还有很多事情需要我来解决，作为一个小老板，给自己打拼，就不能有怨言，社会不养闲人，多劳多得，这才是公平。我的影楼也是从刚开始很小规模一直做到一家效益不错的影楼，我付出的巨大的努力，当然我的付出是得到了很好的回报的，这就给了我更多的信心。

我会将我的影楼做的更加的有规模，上档次的！

**网络营销策划书篇七**

山西省新绛县刃磨钻石有限公司，是生产天然金刚石(nd）与人造金刚石（pcd）及立方氮化硼（pvbn）等超硬材料工具的专业化制造公司，也是集科研，生产，经贸三位一体的高新科技企业。公司拥有一批专业的工程技术人员和先进的生产工艺。在公司严谨。求实。创新。科学的现代化管理下，培养了一批高素质的企业管理人才和员工，选用优质进口原料，生产出了精密的理想工具，产品具有工艺先进，质量优良，品种多，规格全，经久耐用等特点，深受用户青睐；公司历史悠久，资金雄厚，工艺精湛，测试手段完备；公司除生产一般刀具和近年来研制成功的刻。划。磨。削等金刚石工具外，还可为国内外新老客户承接设计制造各种特殊要求的异型非标专用刀具和金刚石原材料供应．公司在发展的同时积累了丰富的经验，现已形成了一套科学，完整的管理制度和企业运作机制．公司将以＂一流的管理。一流的质量。一流的服务。真诚的合作＂赢得用户的满意．在生机勃勃的二十一世纪里，公司诚感社会 各界同仁的关心。帮助和支持，将弘扬＂服务与创新＂的世纪主题，不段增强和提高自身核心竞争力，紧跟世界技术的发展潮流，始终不变＂真诚为您服务＂的宗旨，秉承＂服务就是生命线＂的理念，坚持以＂顾客的需求＂为导向，与你携手并进！

1、中国新型产业外部环境分析

（1）政治环境分析

目前，我国已将“信息化带动工业化”作为重要的战略来实施。而且中国计算机信息网络政策法规不断完善，正在应用的政策法规包括国际域名规则条例、国内域名规则条例和其他互联网规则条例，出台法规对网络的发展起到规范引导的作用，有利于企业电子商务等在网络方面的发展。在政治意义上来说，中国的互联网也许没有欧美国家的自由，但是，也许正是由于这个原因，中国的互联网比欧美国家更适合电子商务。

（2）经济环境分析

1、网页分析

a．网页设计风格

主页顶部应展示出本公司的承诺：质量精益求精，服务尽善尽美。再衬以磅礴大气的大海背景，钻石闪闪，与公司产品相呼应。整个网页的蓝色进入顾客眼帘，给人一种气势恢弘，大海翻滚的大气。

b. 网页功能设计

本网站具有企业供应产品、邮箱、客户服务、企业在线、公司产品动态等功能，我认为还要加上在线交易、网上支付功能。务求做到最全面的网络营销。

c. 网页设计定位

主要是以浏览为主。需要增加在线交易等功能。

2、消费者分析

1）中国刃磨钻石消费需求分析

s—优势

w—劣势

一是企业规模普遍偏小，优势企业较少。虽然我国目前有上千家金刚石工具企业，但产值过亿元的企业屈指可数，大多数企业产值都在千万元甚至百万元以下，抵御风险能力较低。二是在产品技术、质量、管理等诸多方面投入不够，企业自主创新能力较差，装备水平不高，高档产品制造能力较弱，在国际竞争中处于弱势地位。三是行业自律差，在国内外各个市场存在严重的低层次恶性竞争。四是品牌意识不强，大多数企业没有重视和开展品牌建设，行业产品品牌价值较小。

o—机会

1、市场容量巨大，应用前景广阔。

2、行业规模不断扩大，竞争优势逐渐显现。

3、金刚石工具的理论研究与制造水平不断提高。

4、新材料、新工艺、新装备逐步得到应用。

5、世界金刚石工具行业向我国产业转移的进程加快。

t—威胁

尽管我国生产的各种金刚石工具在各行业得到广泛的应用，并取得显着的经济效益，但其技术水平与国外同类产品相比还有一定的差距，主要表现在：

1、整个产业缺乏统一管理和宏观调控，工具销售市场产品质量不稳定，竞争无序，价格混乱。

2、工具生产装备和整体技术水平比较落后，一些较先进的新技术、新工艺推广应用较慢，一些高性能产品制造工艺不过关，生产稳定性差。

3、大部分工具生产企业规模普遍偏小，产品系列不全，缺乏市场竞争力。

4、工具生产方面的新产品开发、新技术研究等方面的资金投入不足，缺乏自己的核心技术。

5、在工具使用过程中，机体材料重复使用率低，钢材浪费严重。

1、模式定位

通过对新绛县刃磨钻石有限公司经营策略、网络营销的作用和考虑该公司对网站建设的要求分析，我们将网站定位为b2c模式。

2、网络渠道定位

（1）在专业的大型网店平台上注册会员，开设个人店铺

开网店有两点优势：

网上开店其综合成本较低。网店可以根据顾客的订单再去进货，不会因为积货占用大量资金；网店经营主要是通过网络进行，基本不需要水、电、管理费等方面的支出；网店不需要专人时时看守，节省了人力方面的投资。

经营方式灵活。在各大网站上开店注册和撤消都很方便，完全可以根据企业的实际情况来定，网上开店不需要经过严格的注册登记手续，网店在商品销售之前甚至可以不需要存货或者只需要少量存货，因此可以随时转换经营其它商品，可以进退自如，没有包袱。

（2）自立门户型的企业电子商务网站

企业自己建立一个网站，可以拥有自己的独立域名，拥有自己的店标、拥有自己的品牌。这一切都将体现企业的形象和实力。不会让客户认为该企业是个人或者是小店铺，增强客户对该企业的信任感。因为企业有自己独立的域名、空间等，网站更容易推广，也有更多的推广方式。比如交换友情链接，企业可以和任何想要交换友情链接的网站进行链接。独立的网站也能更好做搜索引擎推广，也更容易被搜索引擎收录。企业还可以根据自己行业及商品经营的一些特别需求，通过功能定制的方式来达到满足，从而让企业主的商业灵感、创意能很快的得到实施，并让你占尽商机。

3、内容定位

建立网站主要目的是为了品牌的推广，增加网站的浏览量，最终增加公司的销售量，虽然建网站的目的是为了品牌的推广，但是网站上不能过多地出现企业内部信息与企业广告，因为消费者上网的目的是寻求需求的信息，对产品企业的其它信息是不感兴趣的。金刚石工具定制营销也是一个与顾客沟通的手段，某程度上也树立了企业的品牌形象，进一步提高公司网站的知名度。

4、盈利模式定位

互联网行业的盈利方式主要分为三类。分别为：广告盈利、销售盈利、渠道盈利。该公司为销售盈利。该公司自己生产并销售天然金刚石工具类的产品。

六、 营销策略的选择

1、产品策略

在网络营销中，网站依旧是市场竞争的重要武器。要想在激烈的竞争中取得优势，网站是一个至关重要的环节，正所谓“欲杀敌必先利其器，器不利何以劈敌”。在网络营销当中，新绛县刃磨钻石有限公司的网站主要体现以下：

1) 网站产品

网站主要以白、蓝、绿为基本的色调，蓝绿两色完美再现了大自然 - 充满了阳光和清新气息。而白色则体现了很现代、很实用。这些轻松、明快的色调给人一种清新的感觉。

首页的顶部为公司内容框架介绍，左下方为公司产品的分类，右下方为公司部分最新产品图片和价格展示，内容框架设置为八个按扭：分别有首页、供应产品、诚信档案、公司介绍、我的相册、产品动态、在线留言、联系方式。

“供应产品”，顾名思义，主要介绍公司每一件最新推出的金刚石的名称和价格、功能等相关信息，让顾客根据实际情况和需要自主选择“心头好”；

“诚信档案”，介绍企业身份认证、企业评价、争议及违规处理、证书荣誉等；

“公司介绍”，为顾客提供本公司的详细信息，介绍公司的经营理念，可以方便顾客浏览打印，进一步了解公司的产品，并提供了参考；

“我的相册”，公司产品的图片在此均可以看到；

“产品动态”，介绍本公司的最新产品动态；

“在线留言”顾客可以在此留下自己的观点，便于以专业和客观的知识为顾客解决日常生活常见的问题；

“联系方式”介绍公司的联系方式和地址。

2、价格策略

在网络营销中，价格依旧是打动消费者的一个十分重要的因素，我们的价格策略主要有：

1)灵活定价策略：在一些特殊的日子里，根据不同风格的金刚石，可以对顾客实行超低策略或免费策略。

2) 通过拍卖方式：形式类似拍卖网站的“x元特价拍卖区”，把积存的金刚石以低价出售，再加以拍卖形式让消费者进行竞投，以最满意的价格得到“心头好”

3、网络推广策略

网络推广是网站建设之后一个必不可少的步骤。我们进行网站推广的目的是让尽可能多的有价值用户了解并登陆本公司的网站。

中国互联网络发展状况统计报告显示用户得知新网站的主要途径如下：

1) 搜索引擎

2) 其它网站上的链接

3) 电子邮件

4) 朋友、同学、同事的介绍

5) 网友介绍

6) 网址大全之类的书籍

7) 报刊杂志

8) 广播电视

9) 黄页

10) 户外广告

11) 其他

因此我们主要将从搜索引擎注册、友情链接、e—mail推广、论坛bbs这四个方面推广我们的网站。

1) 登陆搜索引擎

搜索引擎注册是最经典、最常用的网站推广手段。从搜索引擎来的访问者，新用户比例很高，而且所有访问者均具有极强的针对性，他们是主动找上你的网站的，所以他们对商业网站的价值也特别高。

a、了解各大搜索引擎服务及收费情况

b、选择搜索引擎注册

2) e-mail

邮箱已成为每个网民的通信工具，每当打开邮箱时便会有几间莫名其妙的公司发e-mail给你，虽然受邮件病毒的影响，许多网民对不明来历的邮箱不敢打开，但每次进入邮箱都能碰见同一公司或广告时，脑中已产生印象，从而起到了品牌推广的效果。

3) 论坛

为达到显着的推广效果，我们应该把目光放到一些知名的bbs上，因为其在线人数多且分布较广，更具有吸引力，我们可以通过以一个普通网民的身份宣传公司的网站，留下公司网址，让感兴趣的顾客访问或发布些软性信息。

4) 友情链接

4、 服务营销

由传统的被动式为顾客解决问题的补偿式服务逐步向主动式的增值式服务过渡，向顾客推出星级售后服务。这种主动登门式的服务新举措，极大地满足了用户潜在需求，实现了与用户的零距离，自然会抓住消费者的“芳心”，服务同样赢得用户，服务同样创造价值。

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