# 2024年网站推广的方案 设计网站推广方案(六篇)

来源：网络 作者：梦中情人 更新时间：2024-09-04

*为了保障事情或工作顺利、圆满进行，就不得不需要事先制定方案，方案是在案前得出的方法计划。怎样写方案才更能起到其作用呢？方案应该怎么制定呢？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。网站推广的方案设计网站...*

为了保障事情或工作顺利、圆满进行，就不得不需要事先制定方案，方案是在案前得出的方法计划。怎样写方案才更能起到其作用呢？方案应该怎么制定呢？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。

**网站推广的方案设计网站推广方案篇一**

通过美食节活动，提升大酒店餐饮的美食文化。扩大酒店的知名度，提高酒店餐饮名誉。集百家菜系之精华，不断提高菜的质量，增加品种，为宾客提供优质特色佳肴和优质服务。争取更多的餐饮消费群体，提高酒店综合效益。

美食传天下

20xx年xx月xx日到xx月xx日。

美食展销酒店大堂。

20xx年xx月xx日前短信邀请客户。

20xx年xx月xx日晨会总经理致词。

20年月日到月日在大厅举行第届美食节展销活动。

1、抽奖， 中奖率100%

1)顾客奖项设置—抽奖卡

餐后抽奖-抽中菜品下次可赠，(促进在次消费，限期1个月内。) 菜：以成本最低的菜为主。

礼品：精美打火机，印有字样。(高档身份的象征)

精美钢笔，印有字样。 (高档身份的象征)

2)厨师奖项设置

金奖:颁发x美食节荣誉证书

银奖:颁发x美食节荣誉证书

最佳创艺奖:颁发x美食节荣誉证书

最佳美味奖:颁发x美食节荣誉证书

2、消费美食节菜系满1000元送200元代金券;(非美食节菜肴不享受此待遇)

3、大堂入口处设置圆型玻璃立体展示台

4、放置精品样菜、雕塑、鲜花点缀其中

5、配以彩灯和射灯

6、雾气效果。让菜肴系列成为吸引客人眼球的一道风景。

1、外部环境布置：

20年月日酒店楼头喷绘，酒店门脸前玻璃， 喷绘。 20年月日早上门口处或跨道，放置拱门，大堂门口挂灯笼。

20年月日酒店门口前放置升气球条幅2个。

2、内部环境布置：

大堂吧柱子各挂一个中国结

大堂x展架活动内容

门前展牌(“美食传天下”美食节)

大堂厅顶与二三楼挂吊旗。

大堂条幅“祝大酒店第8届美食节圆满成功”

1、在报刊登宣传广告2次，20xx年xx月xx日-xx月xx日。

2、或印制美食节广告彩页报附送。

3、大堂放置美食节宣传广告牌。

4、宣传标语：

(1) 祝第届美食节圆满成功

(2)新品菜肴，保你享口福——大酒店等您来!

(3) 相聚，健康每一天

(4) 食在市，味在x

(5) 美味x，享受每一天

(6) “美食传天下”，历史的“味”来

本次活动力求主题突出、特色鲜明、气氛热烈、追求实效。崇高节约，反对浪费。各部门要根据本实施方案的要求，认真负责，早做好准备。层层落实，以高效优质的工作确保活动顺利进行，圆满成功。

**网站推广的方案设计网站推广方案篇二**

竞争力深度研究发现，网站的推广是一个系统工程，这不仅仅代表着在各种网站推广手段中具有一定的关联性，更重要的是，理想的网站推广应该获得企业整体经营效果的提升而不仅仅表现在网站访问量的增加上。

基于这样的认识，新竞争力的网络营销管理顾问根据企业行业特征和营销资源等具体的情况制定有效而有力的网站推广综合的解决方案，针对网站的发展阶段特点提供有针对性的网站推广计划。

·针对网站本身特点及行业状况进行系统分析；

·针对网站的不同发展阶段特点制定针对性的推广计划；

·提供有效利用各种网站推广工具和方法的具体建议；

·通过合理的规划让有限的资金发挥最大的推广效果；

·可进一步将网站推广效果分析与网站访问统计分析相结合，提供比较深度分析报告。

新竞争力网站推广方案包括四个部分：

（1）资料收集与统计；

（2）网络推广分析诊断

（3）针对性提出有效的解决方案及实施计划；

（5）如果必要，可以进一步提供网站推广策略与推广效果的分析建议。

**网站推广的方案设计网站推广方案篇三**

本站发布网站推广方案，更多网站推广方案相关信息请访问本站策划频道。

一、网站推广目标

\*\*\*网站是\*\*\*在成功制作和推出\*\*\*网站之后，针对\*\*\*的市场营销推广策略，专门制作的一个企业网站。通过\*\*\*网站的推出，能够让\*\*抢占互联网这一企业传播阵地，以提升\*\*\*知名度、美誉度和忠诚度。

网络的发展为的整合传播开辟了一条新途径。网络资源的优势在于快速、便捷、低廉、高效，且具有互动性。如今上网的人越来越多，信息传播面广，传播速度快——我们可以充分利用这些特点，为\*\*\*服务。

站主要具有以下作用：

1、网站可以提升、拓展、纵深的形象、价值及外延。

2、网站能够提供互动、亲切的“客户关系管理”，不管是普通来访者、消费者，还是生产经营活动价值链上的各个环节。

3、网站是实现线上推广营销的根据地。一方面，在离线领域可以配合广告、公关、促销等开展系列营销活动;另一方面，网站本身就是一个互动沟通平台，二者活动的反馈沟通均可在网站实现。并且，这些活动都应以核心价值为基准点，因此可以确保活动的持久性与连贯性。

通过有效的网络营销活动，可以使\*\*\*网站实现上述期望，能够较传统途径和方法更为快捷的实现深化传播目的。

二、\*\*\*网站网络营销整体策划方案

1、网络广告投放：

根据专业网络广告预测机构iresearch的统计，2024年中国网络广告市场规模已达到10.8亿元，比2024年的4.9亿元增长120%。未来3年中国网络广告市场规模将达到18亿元、27亿元和40亿元。专家预见，未来的网络广告将与电视广告占有同等地位的市场份额。

某个企业感兴趣，仅需轻按鼠标就能进一步了解更多、更为详细、生动的信息，从而使消费者能亲身“体验”产品、服务与，让顾客如身临其境般感受商品或服务，因此，网络广告又具备强烈的交互性与感官性这一优势。

网络广告是投入较大，效果明显的网站推广方式之一。广告投放对象选择要符合网站访问群特征，并根据网站不同推广阶段的需要进行调整。针对\*\*\*网站的特点，我们制订了相应的网络广告投放计划。

广告投放对象：\*\*\*网站是一个吸引和准了解和参与网站活动，在时尚和娱乐互动过程中进行\*\*\*传播的网站，它所面对的受众主要为和准，他们是一群热爱生活、热爱互联网，喜欢接受新事物、敢于尝试的年轻人。针对网站的受众特点，我们将网络广告投放对象选择为娱乐网站、时尚资讯网站、导航网站、地方门户网站和\*\*行业资讯网站等。

广告投放办法：\*\*\*网站的网络广告投放分两个步骤来进行，整个网络广告以积分换取奖品为主线。

第一个步骤为\*\*\*网站发布之际，在各类目标网站投放“庆祝站上线，注册会员，换取积分赢大奖活动”广告，吸引网民访问网站，并注册成为会员。

第二个步骤为分三个活动主题进行广告制作与投放，三个活动依次序投放广告并开展活动。(制作相应的广告页面，并引导网民访问\*\*\*网站的相关栏目和内容)。

投放周期：整个网站广告投放周期为三个月。

广告形式：根据\*\*\*网站的网络广告投放需要，我们将设计规划多种广告形式进行广告投放。主要广告形式有飘浮广告、banner广告、文字广告等。

效果评估：通过第一个月的“注册会员赢大奖”活动广告投放，将吸引大量网民访问网站并注册成为\*\*\*网站的会员;紧接着投放的三个网站活动广告，将进一步吸引网民参与到网站的活动中来，\*\*\*将深入植根到网民印象当中，各类活动开展地如火如荼，网站的知名度和访问量将进一步提升。

2、全面登录搜索引擎：

统计表明，网站60%的访问量来自各类搜索引擎，因此“\*\*\*”网站科学登录各大搜索引擎，是进行网站推广的重要内容。

确定网站关键词：\*\*\*网站全面登录搜索引擎，网民只需要搜索相关关键词即可显示出网站地址，并能点击进入。根据\*\*\*网站特色，我们为其选定的关键词为：\*\*\*、\*\*、、\*\*、等。基于上述关键词，基本准确描绘出\*\*\*网站的基本内容。

登录各大门户网站搜索引擎：门户网站搜索引擎是许多普通网民搜索和发现新网站的重要途径，将\*\*\*网站根据科学选定的关键词进行网站登录，能够有效地提升网站的曝光率，快速呈现在普通网民面前。其中各大门户网站搜索引擎的“推荐登录”方式能够让\*\*\*网站具有较好的关键词搜索排名位置，是比较理想的登录方式。

登录google、百度等专业搜索引擎：google、百度等知名专业搜索引擎属于自动收录加关键词广告模式，每天有。能够被其自动收录，并在搜索相关关键词的时候具有较好的搜索引擎自然排名，这将极大的促进\*\*\*网站的营销推广和自我增值。我们通过做好\*\*\*网站的搜索引擎优化工作，促使网站自发布之日起，三个月内，能够在专业搜索引擎具有较为理想的排名，搜索相关关键词，\*\*\*网站能够排名前列。

此外，google、百度等知名专业搜索引擎也提供了点击付费模式的关键词广告。在\*\*\*网站发布初期，我们将在google、百度等知名专业搜索引擎投放关键词广告。根据\*\*\*网站活动开展过程选择相应的关键词投放广告，精确锁定网站的目标访问群，能够有效提高\*\*\*网站的访问质量。如投放在时尚、运动、休闲、礼品、\*\*等关键词，另外定义\*\*\*的广告宣传语，以吸引感兴趣的网民访问\*\*\*网站，参与到网站的各类活动中来。

3、网络实名：

网络实名是在浏览器地址栏直接输入网站名或关键词进行网站搜索和访问的一种方式，主要分企业实名、行业实名和网络排名等方式。每天有3000万人在使用网络实名访问网站，\*\*\*网站可根据网站自身特点，选择适合自己的网络实名，能够有效促进网站访问量提升和的主动传播，并且网民访问的针对性强，访问质量能够得到保证。

企业实名：选择注册同网站贴切或相关的网络实名，使访客能够无需记住网站域名，直接输入中文即可访问网站。

行业实名：选择注册通用或行业词汇，能够带来巨大的访问量，引导访客在输入相关通用或行业词汇就能够进入\*\*\*网站，扩大网站和知名度。如城市、运动、奖品、征文、流行、互动等。

4、邮件营销推广：

5、网站合作推广：

100个各类网站的友情链接，广泛征求链接互换，扩大网站外部链接活力，包括娱乐、资讯、地方门户、个人等网站的友情链接合作开展\*\*\*――就某个活动或某个阶段同地方门户、\*\*行业等网站就\*\*\*网站相关活动展开合作，借助合作伙伴的平台进行\*\*\*网站与活动推广公关软文推广――就\*\*\*网站上线、各类活动开展情况、网站营销心得等主题，撰写公关文稿，同相关地方门户、\*\*行业网站、网络媒体等合作，及时发布\*\*\*公关软文。

**网站推广的方案设计网站推广方案篇四**

做一个为大学城大学生服务的大学城易物网。

现在绝大多数的易物网站已经发展到了一定程序，网站为换客提供的服务功能也越来越完整。目前缺乏的是在物品的交换问题与换客的诚信问题，这两个问题是阻碍易物发展的最主要的因素，但是因为我们的易物网只是针对对大学城的六间大学开展，换客都是各间学校的大学生，并且于都属于大学城，物品交换问题在线下也非常方便，因此，对于我们的易物网与其它易物网来说，诚信与物流问题在阻碍网站发展方面就没有显得那么突出。这也是我们的易物网站发展的优势。

品牌的传播应该面对所有的关系利益人：大学城的所有大学生。

网络的发展为易物网站的整合传播开辟了一条新途径。网络资源的最大优势在于快速、便捷、低廉、高效，且具有互动性。针对大学生私人拥有电脑和上网吧的“两种人”，我们会采取互补的营销策略，以最大限度地拓宽我们的推广面。同时，会结合线下的推广活动来促进线上营销的开展。

网络营销总体目的：能过网站建设与网站开始这段时间，综合利用大学城的资源，使网络营销方法能与营销工具更好的结合，告知潜在用户现在大学城有提供易物平台，并提醒他们使用，成为我们的会员。提供网站的知名度和网站的用户数是我们初期推广的目标。

1、网站推广计划

a、登录搜索引擎与网站优化：

统计表明，网站60%的访问量来自各大搜索引擎，因此易物网站科学登录各大搜索引擎，是进行网站推广的首要步骤。但是考虑费用以及我们的易物网的服务区域，采用搜索引擎并不会很好地达到我们的营销目的，如竟价排名，关键字广告，虽然定位程序高，但是这会加大我们的费用，相比于我们的网站服务区域，搜索引擎营销将只作为我们辅助的营销方法。当然对网站的搜索引擎优化这一方面，我们一开始建站时，都是要遵循建立网络营销型网站的做。

方法说明

b、参加许可邮件营销：

(1)目的：许可营销是网络策略的一个重要组成部分，采用外部邮件列表，即邮件广告，是为了用短期的投入获得明显的推广效果，达到提醒用户使用本平台提供的服务的目标。

(2)选择服务产商与获取电子邮件地址：通过大学城各间大学提供的一些平台来获取地址，如福州大学的新天下论坛、二手市场从这些针对性较强的网站获取email地址。还有可以从其它网站获取用户的qq邮箱的址。

(3)email营销的内容设计：通过内置趣味游戏，在游戏中发布有关大学城易物网开始运行的信息。用户还可以将邮件的内容发给他的朋友，同学。将网站信息内置于游戏中，通过用户玩游戏的过程，对用户会产生潜移默化的影响。

(4)效果跟踪评价：通过开信率、阅读率，转信率、点击率、网站用户增长率和网站的流量分析来跟踪email的营销效果。

此外，建设自己的邮件列表，在网供提供注册服务，需用户填入电子邮件地址，适时地将易物网上最新信息发给用户，如最新请求交换的新品，或是易物活动，能有效的联系网站访客，提高用户忠诚度。使用网站联盟的方法，同时将发给内部列表的内容发给其它网站的会员。同时与其它网站建立长期的资源共享的合作。由于内部列表营销的资源的获取需要一段时间，所以目前主要采用外部列表营销的方法。

**网站推广的方案设计网站推广方案篇五**

统计表明，网站80%的访问量来自各类搜索引擎，因此“商盟统统付网”网站科学登录各大搜索引擎，是进行网站推广的重要内容。

（1）确定网站关键词：商盟统统付网全面登录搜索引擎，网民只需要搜索相关关键词即可显示出网站地址，并能点击进入。根据商盟统统付网特色，初步选定的关键词为：统统付、商盟、预付、地方折扣等。基于上述关键词（网站内容充实后，关键字还需优化），基本准确描绘出商盟统统付网的基本内容。

（2）登录各大门户网站搜索引擎：门户网站搜索引擎是许多普通网民搜索和发现新网站的重要途径，将商盟统统付网根据科学选定的关键词进行网站登录，能够有效地提升网站的曝光率，快速呈现在普通网民面前。其中各大门户网站搜索引擎的“推荐登录”方式能够让网站具有较好的关键词搜索排名位置，是比较理想的登录方式。

（3）登录google、百度等专业搜索引擎：google、百度等知名专业搜索引擎属于自动收录加关键词广告模式，每天有。能够被其收录，并在搜索相关关键词的时候具有较好的搜索引擎自然排名，这将极大的促进加法资源网的营销推广和自我增值。通过做好商盟统统付网的搜索引擎优化工作，促使网站自发布之日起，三个月内，能够在专业搜索引擎具有较为理想的排名，搜索相关关键词，商盟统统付网能够排名前列。

此外，google、百度等知名专业搜索引擎也提供了点击付费模式的关键词广告。我们可考虑在google、百度等知名专业搜索引擎投放关键词广告。根据商盟统统付网的发展过程选择相应的关键词投放广告，精确锁定网站的目标访问群，能够有效提高网站的访问质量。如投放在机械，设备，信息发布，交易等关键词，另外定义商盟统统付网的广告宣传语，以吸引感兴趣的网民访问本网站，参与到网站的各类活动中来。

较之传统媒体而言，网络媒体的特点在于其全能性及在打造和行销方面的力量。网络广告的载体基本上是多媒体、超文本格式文件，只要受众对某样产品、某个企业感兴趣，仅需轻按鼠标就能进一步了解更多、更为详细、生动的信息，从而使消费者能亲身“体验”产品、服务与，让顾客如身临其境般感受商品或服务，因此，网络广告又具备强烈的交互性与感官性这一优势。

网络广告是投入较大，效果明显的网站推广方式之一。广告投放对象选择要符合网站访问群特征，并根据网站不同推广阶段的需要进行调整。针对加法资源往的特点，制订了相应的网络广告投放计划。

（1）广告投放对象：商盟统统付网是一个行业交易支付平台，但又不同于一般的交易网站。商盟统统付网的受众基本上是普通消费者和企业。基本上可以含盖绝大部分的上网者，但是更多的使用商盟统统付网的还是推广产品的企业或个人，购买产品的企业或个人。可以看出加法资源网还是属于一个专业的网站。那么我们将网络广告投放对象选择应为行业导航网站、行业门户网站、行业资讯网站等相关专业的网站上。

商盟统统付网网络广告投放对象是地方门户网站和知名门户网站（主要集中在购物模块的）。

（2）广告投放办法：（初步设想）

第一个步骤为商盟统统付网周年庆之际，在各类目标网站投放“庆祝商盟统统付网周年庆，合作商家送广告位”广告，吸引各相关企业注册并上传资料。

第二个步骤为分活动主题进行广告制作与投放（制作相应的广告页面，并引导网民商盟统统付网的相关栏目和内容）。

网络广告投放周期：整个网站广告投放周期为三个月。

网络广告广告形式：根据各网站的网络广告投放需要，我们将设计规划多种广告形式进行广告投放。主要广告形式有飘浮广告、banner广告、文字广告等。

信息发布推广含盖论坛推广，商务留言，博客及各大分类信息网站发布相关的网站信息等推广，是网站信息分布到网络的每个角落，以量来达到推广的目的，增加网站的反链及曝光率，这对提高和保持网站在搜索引擎上的排名非常重要，此项工作需长期进行。

（1）论坛宣传的推广方式

现在的各论坛都禁止发布广告帖，所以有几篇比较好的推广软文来引导，或者以用户体验的评价的形式。

（2）加入网站联盟

（3）流量交换

（4）友情链接

邮件营销是快速、高效且成本低廉营销方式，但应避免成为垃圾邮件广告发送者针对商盟统统付网纂写邮件内容。

（1）可请专业邮件群x公司代为发送（价格一般在1到2分钱/10封，但效果不好确认，而且大多数邮件地址是无效或是自动生成的无用邮址，实际成功率不高）

（2）手动发送邮件（成功率及针对性强，但速度非常慢，适用于发送重要的电子邮件）

（3）软件群x（可自行查找相关邮件地址，及时测试发送效果，但应注意发送技巧，尽量减少发送垃圾邮件）

关于事件营销推广，网上也有许多成功事例，事件营销的特点是传播速度快

难点就是策划事件需要相当的手段

**网站推广的方案设计网站推广方案篇六**

中小企业所具有的特色，使它在使用互联网时需要讲究一定的技巧。如果各方面运作得当，中小企业可以取得立竿见影的效果，否则就会浪费网络投资而不能达到预期目标。而且这些技巧在上网初期就应予以注意。

如果所有的中小企业都单独上网，会造成网上地址泛滥，网络访问者若要查找某类产品，将会花费大量时间。同时，单独上网不仅需要一大笔费用，还需要专门的计算机技术人员进行维护，又将增加中小企业的负担。但是，如果中小企业能够联合起来上网，则可以克服上述困难，既降低了中小企业的上网成本，又便于网络访问者查询企业的情况。

中小企业建立网站后，如果不进行一系列的宣传策划活动，网站的被访问率就会很低，其利用效果也必然大打折扣，白白浪费了网上的投资，所以，中小企业必须通过各种渠道宣传自己的网址及电子信箱。

在不大幅度增加宣传费用的条件下，可以采取以下途径宣传网站：

1、传统广告：是在传统媒体广告、产品包装、名片及一切有可能被用于交流的办公用品上，加印企业网址和电子信箱。

2、在知名网站登记：是在一些知名的网站，如xx等网站上登记企业网址和产品关键字，或者打出企业的旗帜广告。

3、登记搜索引擎的数量和排名：虽然搜索引擎对网站流量的作用在日益减小，但仍不能否定在搜索引擎登记的重要性，搜索引擎对于增加新的访问者仍然有着不可替代的作用。一般来说，登记的搜索引擎越多，对增加访问量越有效果。另外，搜索引擎的排名也很重要，虽然在搜索引擎注册了，但排名在第三屏之后，或者在几百名之后，同样起不到多大作用。

4、在其它网站链接的数量：在其它网站链接的数量越多，对搜索结果排名越有利，而且，访问者还可以直接从链接的网页进入你的网站。实践证明，在其它网站作链接对网站推广起到重要作用。

5、增加注册用户数量，注册用户数量是一个网站价值的重要体现，在一定程度上反映了网站的内容为用户提供的价值。而且，注册用户也就是潜在的顾客数量。

6、网上广告：一个比较主动的方法是将广告放在知名度高的网站之中。但将广告放在＂人流＂密集的大网站上，费用非轻，动輙成千上万，未必划算。除这种收费的网上广告，还可以参加一些免费的广告交换计划。简单地说，广告交换计划公司会让你的广告在其会员网页上显示，而你也需要让广告公司的广告在你的网页上显示作为补偿。由于广告交换成本低（近为零），因而在网上也颇为流行。

7、参加论坛、bbs、新闻组：参加论坛、bbs或新闻组（newgro up）讨论。不时进入与公司业务或网站主题相关的论坛，利用你的专业知识，为网友提供意见、分享经验、排忧解难，都会让你公司的名字在网友中留下良好的印象。在论坛发言时，在签名档留下公司的名字及网址，久而久之，网站的访问量也会随之而来的。当然，参与论坛的讨论是一项长期而艰巨的任务，需要持之以恒。

8、网上优惠券：潜在顾客可通过访问网页获得此优惠券，凭此优惠券到当地商店购买商品时可获得优惠。此法一举两得，第一可增加网址访问人数，让更多的消费者了解本企业；第二可促进销售。

1、调查

在你网页上搞一些小调查，问一个有趣的问题，让访客投票。投票者也许会在明天或下周再来查看调查结果。

2、有奖活动

持续的搞一些有奖活动，奖品不必太贵重，只要对你的访客来说稍有用即可。他们会常来看结果。

3、原创材料

在网页上放一些别的地方没有的东西。并不是说你所有内容都必须是原创，但至少要有一部分是。这样别人才会来你那里。

4、小测验

要有小测验，每周公布答案。参加者会来看正确答案。

5、新闻

提供与主题相关的新闻。一般人都喜欢最新的新闻。你如能成为他们的第一手来源，他们就会重复访问。

6、玩笑

不断来点幽默，不要太严肃，讲点小笑话。如果访问者潜意识觉得很开心，他们就会不断访问。

7、免费清单

人们都喜欢免费的东西。列出一份免费清单，它们可以是软件、服务、小产品、电子图书等，但要与你的主题相关。及时更新，访客就会定期再来。

8、目录

在网页上列出与你主题相关的其他网站的连接。这些网站要有趣，有用。你的网站就会起一个“目录”的作用，别人会常来，通过你访问其他的网站。

原理其实很简单，也就是企业在推广其产品或服务的时候，事先征得顾客的＂许可＂。到潜在顾客许可之后，通过e-mail的方式向顾客发送产品/服务信息，因此，许可营销也就是许可e-mail营销。许可营销的主要方法是通过邮件列表、新闻邮件、电子刊物等形式，在向用户提供有价值信息的同时附带一定数量的商业广告。例如一些公司在要求你注册为会员或者填写在线表单时，会询问你＂是否希望收到本公司不定期发送的最新产品信息＂，或者给出一个列表让你选择自己希望收到的信息。在传统营销方式中，许可营销很难行得通，但是互联网的交互性使得许可营销成为可能。

实现许可营销有五个基本步骤，把吸引顾客的注意到许可形象地比喻为约会，从陌生人到朋友，再到终生用户。

首先，要让潜在顾客有兴趣并感觉到可以获得某些价值或服务，从而加深印象和注意力，值得按照营销人员的期望，自愿加入到许可的行列中去（就象第一次约会，为了给对方留下良好印象，可能花大量的时间来修饰自己的形象，否则可能就没有第二次约会了）。

第二，当潜在顾客投入注意力之后，应该利用潜在顾客的注意，比如可以为潜在顾客提供一套演示资料或者教程，让消费者充分了解公司的产品或服务。

第三，继续提供激励措施，以保证潜在顾客维持在许可名单中。

第四，为顾客提供更多的激励从而获得更大范围的许可，例如给予会员更多的优惠，或者邀请会员参与调查，提供更加个性化的服务等。

第五，经过一段时间之后，营销人员可以利用获得的许可改变消费者的行为，也就是让潜在顾客说，＂好的，我愿意购买你们的产品＂，只有这样，才可以将许可转化为利润。

当然，从顾客身上赚到第一笔钱之后，并不意味着许可营销的结束，相反，仅仅是将潜在顾客变为真正顾客的开始，如何将顾客变成忠诚顾客甚至终生顾客，仍然是营销人员工作的重要内容，许可营销将继续发挥其独到的作用。

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