



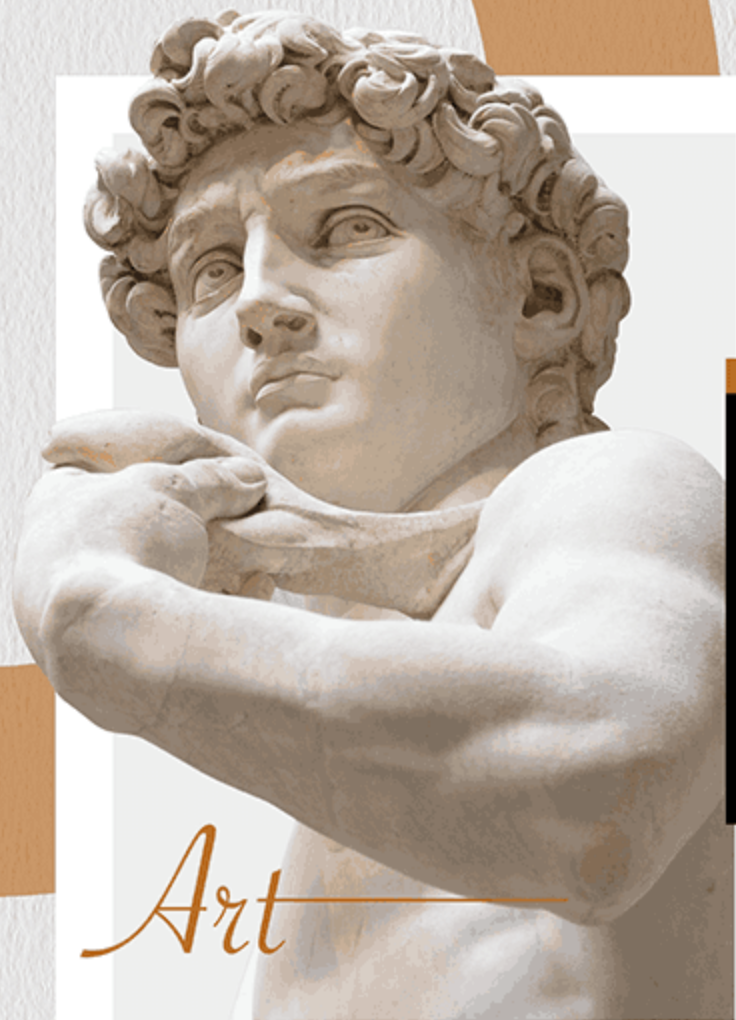
京东网络营销渠道策略研究报告

汇报人：XXX

2024-01-19

Art





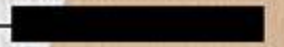
目录

- 引言
- 京东网络营销渠道概述
- 京东网络营销渠道策略分析
- 京东网络营销渠道优劣势分析
- 京东网络营销渠道策略建议
- 结论与展望



01 **引言**

CHAPTER





研究背景与意义



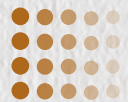
研究背景

随着互联网的普及和电子商务的快速发展，网络营销已成为企业竞争的重要手段。京东作为中国最大的自营式电商平台，其网络营销渠道策略的优劣直接影响到企业的市场份额和盈利能力。



研究意义

通过对京东网络营销渠道策略的研究，有助于深入了解电商行业的营销策略和趋势，为企业制定更加有效的营销策略提供参考，同时也有助于推动电子商务领域的研究发展。



研究目的与范围

研究目的

本研究旨在深入分析京东网络营销渠道策略的优缺点，探讨其未来发展方向，并提出针对性的改进建议。

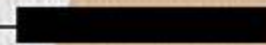
研究范围

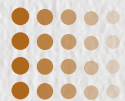
本研究将全面梳理京东的网络营销渠道，包括搜索引擎营销、社交媒体营销、内容营销、联盟营销等，并对其效果进行定性和定量评估。同时，本研究还将对京东的竞争对手进行分析，以揭示其在网络营销渠道策略方面的竞争优势和不足。



02 京东网络营销渠道概述

CHAPTER





京东网络营销渠道类型



京东主站

作为京东网络营销的核心渠道，提供商品销售、品牌推广、活动促销等服务。



社交媒体平台

通过微信、微博、抖音等社交媒体平台，与用户互动，传播品牌信息。



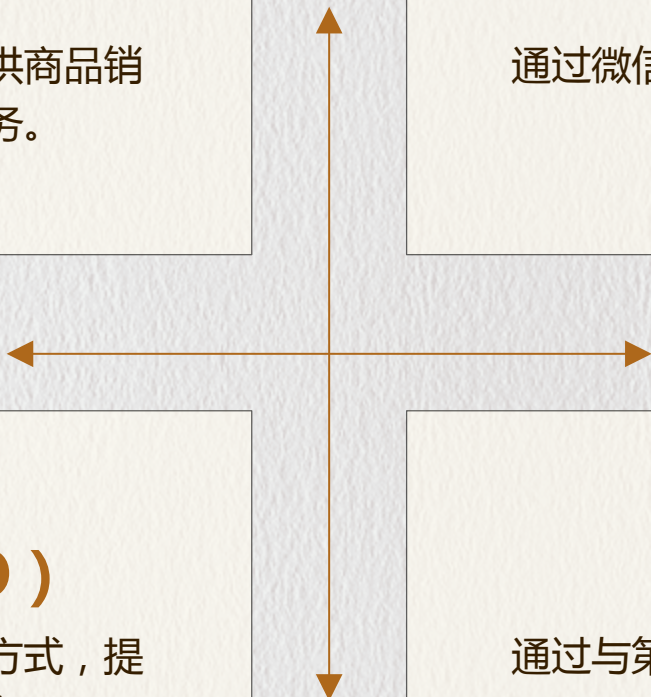
搜索引擎优化 (SEO)

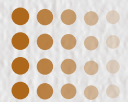
通过优化关键词、提高网页质量等方式，提高京东网站在搜索引擎中的排名。



联盟营销

通过与第三方网站合作，共同推广商品，实现互利共赢。





京东网络营销渠道发展历程

起步阶段

京东以自营业务为主，网络营销渠道相对单一。

拓展阶段

随着业务规模的扩大，京东开始拓展网络营销渠道，与各大社交媒体平台合作。

多元化阶段

京东不断丰富网络营销渠道，包括搜索引擎优化、联盟营销等多元化渠道。



京东网络营销渠道现状

多元化渠道布局

京东已经形成了包括主站、社交媒体平台、搜索引擎优化、联盟营销等多元化网络营销渠道布局。

高投入高回报

京东在网络营销渠道上投入大量资源，取得了显著的效果，为品牌推广和销售增长提供了有力支持。

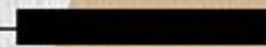
用户粘性增强

通过多元化的网络营销渠道，京东不断增强用户粘性，提高用户忠诚度。



03 京东网络营销渠道策略 分析

CHAPTER





产品策略



产品定位

京东致力于为用户提供高品质、高性价比的商品，以满足不同消费者的需求。



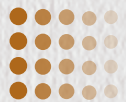
产品分类

京东的产品分类清晰，便于用户快速找到所需商品。同时，京东还根据用户需求和市场趋势，不断优化产品结构。



产品定制

京东提供定制化服务，可根据客户需求定制特定商品，满足个性化需求。



价格策略

01

低价策略

京东采用低价策略，通过降低成本和提高运营效率，为用户提供更具竞争力的价格。

02

促销活动

京东定期举行促销活动，如618大促、双11等，吸引用户购买。

03

会员优惠

京东的会员制度为用户提供更多优惠，如会员专享价、会员日等。

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：
<https://d.book118.com/047144132043006060>