

网络品牌推广中的用户 行为分析与个性化策略



目 录

- 网络品牌推广概述
- 用户行为分析
- 个性化策略的制定
- 个性化策略的实施与效果评估
- 案例研究
- 未来展望

01

网络品牌推广概述

定义与重要性

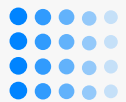
定义

网络品牌推广是指利用互联网平台，通过各种营销手段提升品牌知名度和影响力的过程。

重要性

随着互联网的普及，网络品牌推广已成为企业营销战略的重要组成部分，有助于提高品牌竞争力、增加市场份额和提升企业形象。





当前网络品牌推广的挑战

竞争激烈

在互联网时代，信息传播迅速，品牌之间的竞争异常激烈，如何脱颖而出成为关键挑战。



数据安全与隐私保护

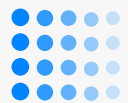
在收集和分析用户数据时，如何确保数据安全和用户隐私不被侵犯是一大挑战。



用户行为变化

随着移动互联网的发展，用户获取信息的方式和习惯不断变化，要求品牌营销策略随之调整。





个性化策略在网络品牌推广中的地位



01

提升用户体验

通过个性化策略，企业可以根据用户需求和偏好提供定制化的服务和产品，从而提高用户体验和忠诚度。

02

提高营销效果

个性化策略有助于更精准地定位目标用户，提高营销信息的传播效果和转化率，降低营销成本。

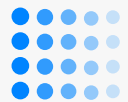
03

塑造品牌形象

个性化策略有助于塑造品牌的差异化和个性化形象，提升品牌知名度和美誉度。

02

用户行为分析



用户行为数据的收集

● 用户访问路径

记录用户在网站或应用中的访问路径，了解用户对哪些内容更感兴趣。

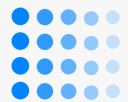
● 停留时间和点击率

分析用户在页面上的停留时间和点击率，判断用户对内容的喜好程度。

● 搜索行为

收集用户的搜索关键词，了解用户的需求和关注点。





用户行为数据的处理与分析

数据清洗和整理

去除无效和异常数据，确保数据质量。

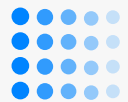
用户分群

根据用户行为特征，将用户划分为不同的群体，以便进行个性化推荐。



用户行为模式挖掘

通过数据挖掘技术，发现用户行为的规律和趋势。



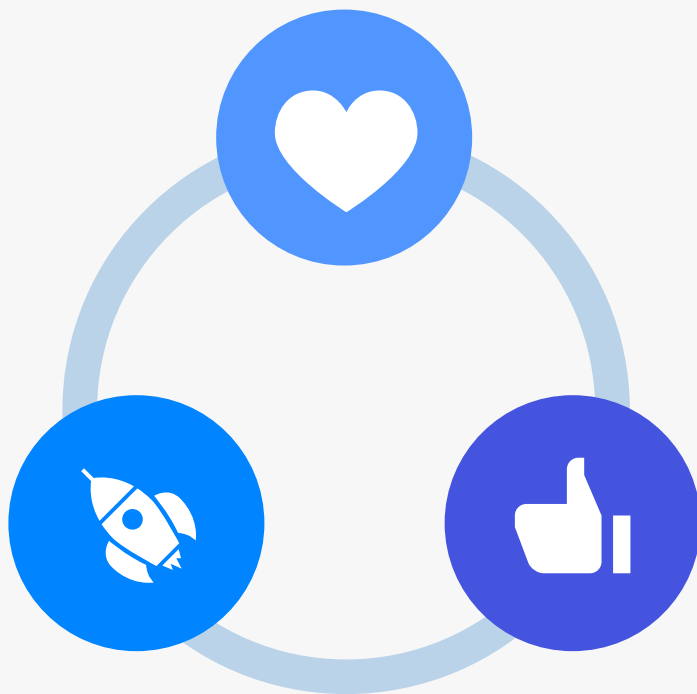
用户行为与品牌推广策略的关联

用户偏好与推广内容

根据用户行为分析结果，制定符合用户喜好的品牌推广内容。

用户路径优化

根据用户访问路径分析，优化网站或应用的布局 and 导航，提高用户体验。

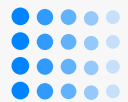


个性化推荐策略

根据用户分群和行为模式，制定个性化的推荐策略，提高品牌推广效果。

03

个性化策略的制定



基于用户行为的个性化推荐系统

用户行为数据采集

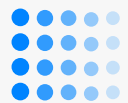
通过分析用户的浏览、搜索、购买等行为数据，了解用户的兴趣和需求。

用户画像构建

根据采集的数据，构建用户画像，对用户进行分类和标签化，以便进行个性化推荐。

推荐算法优化

基于用户画像和行为数据，优化推荐算法，提高个性化推荐的准确性和效果。



个性化内容与产品设计

1

内容个性化

根据用户的兴趣和需求，提供个性化的内容，如定制化的新闻、博客、社交媒体帖子等。

2

产品个性化

根据用户的行为和偏好，设计个性化的产品，如定制化的服装、家居用品、电子产品等。

3

个性化内容与产品的持续优化

根据用户的反馈和行为数据，持续优化个性化内容与产品设计，提高用户满意度。



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/236004115124010130>