

无站点网络营销 利弊分析报告

汇报人：XXX

2024-01-17



目录

- 引言
- 无站点网络营销的优势
- 无站点网络营销的劣势
- 无站点网络营销的案例分析
- 无站点网络营销的未来展望
- 结论

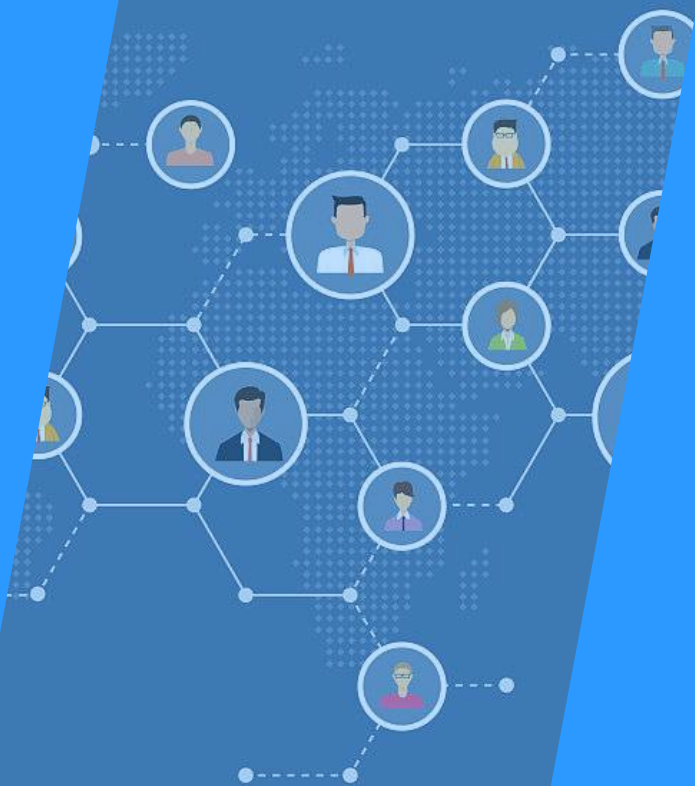
01

CATALOGUE

引言

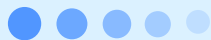


背景介绍



随着互联网的普及和发展，越来越多的企业开始通过网络进行营销活动。无站点网络营销是指企业在没有自己的官方网站的情况下，利用各种网络平台和社交媒体进行营销推广。

在当前竞争激烈的市场环境下，无站点网络营销已经成为许多中小企业进行市场拓展的重要手段。





研究目的



- 本报告旨在分析无站点网络营销的利弊，帮助企业了解其优缺点和适用范围，为企业在选择网络营销策略时提供参考。

02

CATALOGUE

无站点网络营销的优势



低成本、高效率

1

无需建立和维护实体店面，降低了初始投资成本。

2

通过互联网快速传播信息，提高了营销效率和覆盖范围。

3

减少了中间环节，降低了运营成本，提高了利润空间。





精准定位目标客户



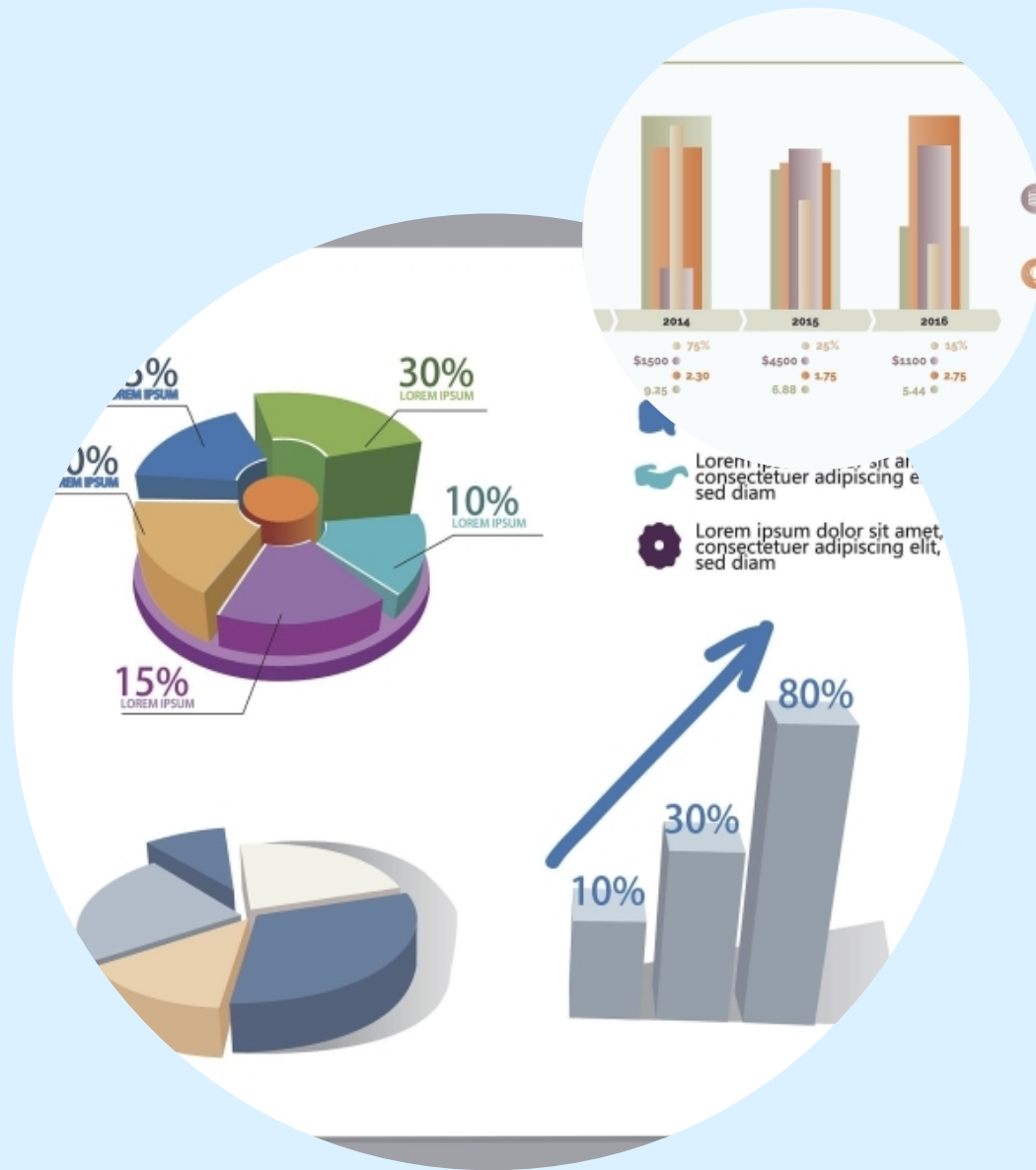
利用数据分析技术，准确识别潜在客户群体。



针对不同客户群体制定个性化营销策略，提高转化率。



通过定向广告和搜索引擎优化，吸引目标客户。



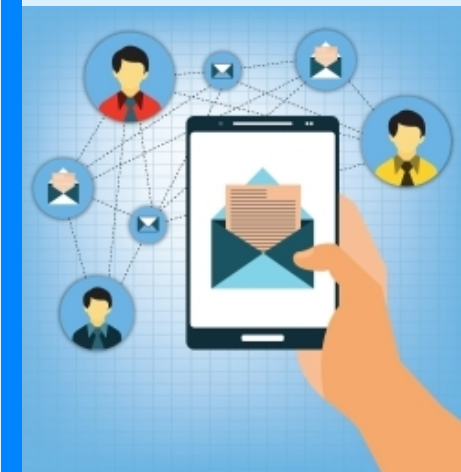


灵活多样的营销方式

利用社交媒体、电子邮件、短信等多种渠道进行营销。



结合线上和线下活动，实现多渠道营销推广。



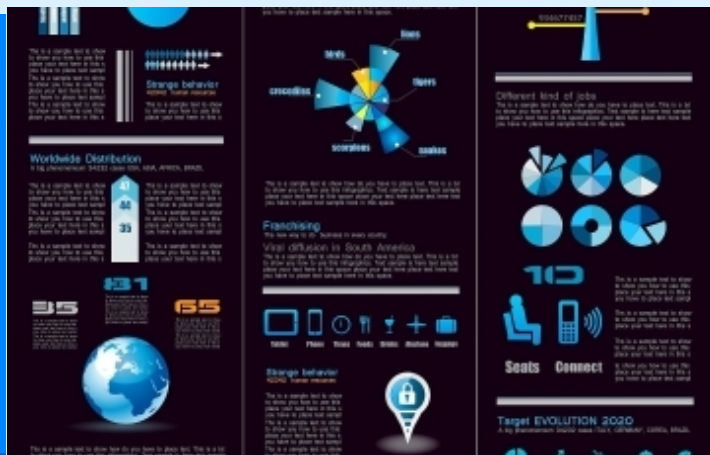
创新营销手段，如短视频、直播等，吸引用户关注。





良好的互动性和用户粘性

通过在线客服、社区论坛等方式增强与客户的互动。



利用用户生成内容进行口碑营销，增强品牌影响力。



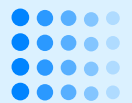
定期推送优惠信息、新品推荐等，提高用户粘性。



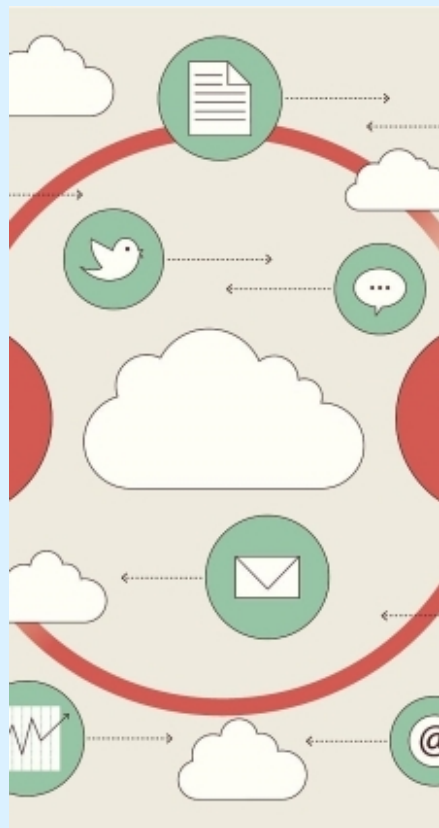
03

CATALOGUE

无站点网络营销的劣势



缺乏品牌认知度和权威性



缺乏品牌认知度

无站点网络营销通常没有自己的网站或平台，因此很难在消费者心中树立品牌形象，建立品牌认知度。



缺乏权威性

由于没有自己的官方网站，消费者可能对无站点网络营销的内容和可靠性产生质疑，影响其权威性。



营销效果难以评估和量化

难以跟踪和分析

由于无站点网络营销没有自己的网站或平台，很难对营销活动进行跟踪和分析，难以评估营销效果。

量化难度大

由于缺乏数据和统计工具，无站点网络营销很难对营销效果进行量化评估，难以制定有效的营销策略。

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/396155152034010105>