

网络营销推广方案

网络营销推广方案（通用 10 篇）

网络营销推广方案 1

一、网站分析

1、网站流量分析

安装一套流量统计系统，可以清晰的判断网站目前所有营销手段的效果，并且还可以分析到：

（1）流量来路统计

可以清晰的统计到每年、每月、每日、客流是通过什么渠道来到网站的。可以清晰判断各种推广方法的效果。

（2）浏览页面和入口分析

可以判断网站中那个页面被流量的次数多，并且可以分析出客流是从那个页面进入网站的。

（3）客流地区分布

清晰的分析出，网站浏览者的地区分布，并且以图表方式显示出各个地区流浪者的比例。

（4）搜索引擎与关键词分析

分析通过各个搜索引擎所带来的流量比例，并且可以分析出客流是通过搜索什么关键词来到网站的。

（5）客户端分析

可以分析出客户端使用的操作系统等信息。

2、站点页面分析

（1）主页面整体分析。

（2）页面标签分析。

- (3) 超链接检查。
- (4) 浏览速度分析。
- (5) 源代码设计分析。

3、网站运用技术和设计分析。

- (1) 分析目前技术是否采用合理。
- (2) 分析网站构架是否合理。
- (3) 分析网站设计是否有亲和力、是否容易阅读。

4、网络营销基础分析。

- (1) 关键词分析。
- (2) 搜索引擎登记状况分析。
- (3) 搜索引擎排名状况分析。
- (4) 交换链接相关性。
- (5) 网络营销主要方法分析。

5、网站运营分析。

- (1) 网络投资分析。
- (2) 网站运营策略分析。

二、网站优化

1、网站结构优化

网站导航、页面布局优化。

2、网页标签优化

网页 **TITIEL** 关键词标签、网页简介标签，图片注释、等方面的优化。

3、网页减肥压缩

专门的网页减肥压缩软件对网页系统的进行压缩，提高页面流量速度。

4、超链接优化

超连接结构、超链接注释、超连接路径优化。

5、页面内容优化

对主要页面内容进行调整、排版进行优化，让内容更容易阅读。

三、网站推广

通过对网站进行综合的分析后，选择网络推广方法，在众多网络推广方法当中，最重要的方法就是搜索引擎排名。因为其他的方法都是比较花钱而且效果短暂的，而搜索引擎排名做好以后，它可以长期为你带来高质量的流量。一个网站的流量 80%都是由搜索引擎带来的。

1、搜索引擎排名

(1) 关键词选择。

(2) 搜索引擎登陆。

包括 **GOOGLE**、**Yahoo**、**MSN**等国内外几百个搜索引擎。

(3) 搜索引擎排名

通过我们专长的 **SEO**优化技术对网站整体进行优化，使尽可能多的词在各个搜索引擎的排名提升，以提高网站的流量。

2、相关链接交换

与相关网站进行友情链接交换。

3、网络广告投放

在网站运作过程之中，建议投放一些有效的网络广告。

四、网络营销培训

授人与鱼不如授人鱼渔，通过网络，我们把对贵方网络技术人员进行培训，使其很快掌握网络营销与网站运营的秘诀，使贵方网站在我方为其打下很好的营销基础后，能够稳定、持续的保持其向前发展。

1、网络营销培训

网络营销各种方法与策略、以及相关细节。网络营销、细节之胜。

2、网站运营培训

运营网站是一种长期的工作，不同的其实需要不同的策略，我们把我们的经验毫不保留的告诉你们。

3、网络营销顾问

合同期限内，通过网络各种沟通方式，为贵方遇到网络营销相关的各类问题，均可以向我方咨询。

网络营销推广方案 2

一、产品介绍

我们的经营理念是提供种类繁多、美观实用、个性化、功能广泛、老百姓买得起的家居用品。这些年房地产蓬勃发展，随着人们生活水平不断提高，消费者生活品位也越来越高，对家具等日常家居用品要求也越来越严格。

新创造的房地产，老的办公楼、写字楼，老的公司的所有有人的地方就必须家具，所以在公司创建初期，就选择了一条不同的道路，我们决定与大多数人站在一起，这意味着我们要满足大多数人的家居需要，即满足具有很多不同需要、品位、梦想、追求以及财力，同时希望改善家居状况并创造更美好日常生活的人的需要。要想同时实现设计精美、实用、高质量以及低价格并非易事。公司的产品系列广泛，这有几方面的含义。

首先是广泛的功能。你无需往返于不同的专卖店去购买家居用品。

其次，风格范围广泛。不同品位的人在这里都能找到自己的所爱。但我们的产品也不是无所不包，我们没有过于极端或过于夸张的产品。

第三，通过适当协调，可同时实现广泛的功能和风格。公司与经验丰富的生产商紧密合作，找出能够充分利用原材料的方法。他们通晓如何生产低成本的家具有，但同时仍旧保持原来的设计创意。仅仅提供设计精美、实用的广泛系列产品还不够，还应该让大多数人能够买得起。我们的产品开发人员选择能够以最经济有效的方式进行生产的制造商。我们的设计师总是推出低价格的解决方案。我们的采购公司寻求最佳价格，然后通过大量采购能够拿到更低的价格。公司全体上下都正在努力创建独特的产品系列。

二、家具行业网络营销环境分析

1、中国家具行业外部环境分析

(1) 中国家具行业政治环境分析

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) 中国家具行业经济环境分析

20xx年，中国的人均国民收入已经突破了1000美元大关。随着经济的高速增长，中国国民经济福利和社会进步状况得到了极大的改善。从总体看，20xx年国民经济仍将保持较快增长，速度可能略低于20xx年，但运行更加稳定，发展更加协调，经济活力也进一步增强，经济增长的上升周期会得到延长。

国民生产总值经济增长速度为近年来最快，上升趋势明显，全年GDP为116694亿元，突破11万亿元，比上年增长9.1%，是XX年以来最高的速度。其中，第一产业增加值17247亿元，增长2.5%；第二产业增加值61778亿元，增长12.5%；第三产业增加值37669亿元，增长6.7%。

a、国民收入

人均国内生产总值突破1000美元，达到1090美元，标志着中国已站在一个新的发展起点。而且，除二季度受SARS影响GDP增长速度回落至6.7%，一、三、四季度同比增长分别为9.9%、9.6%（初步核算数据为9.1%）、9.9%。经济效益显著改善。

b、人口

中国拥有13多亿的人口大国，人口增长率，有力地推动商品需求的增长。

互联网正在改变着中国的经济，20xx年是中国互联网络获得较快发展的一年，比去年同期增长8.0%，其中使用宽带上网的人数达到4280万；上网计算机达到4160万台，增长了14.6%；CN下注册的域名数、网站数分别达到43万和66.9万，分别比半年前增长了5万和4.3万；网络国际出口带宽总数达到74429M，IPv4地址总数59945728个，分别比去年同期增长34.8%和44%。

报告数据显示，用户在网上经常查询的信息中，教育信息占29.3%，汽车信息占13.8%，求职招聘信息占24.2%。在互联网服务业务方面：电子邮件、搜索引擎、网上银行、在线交易、网络广告、网络新闻、网络游戏等服务业务仍然快速的发展着。

其中，电子邮箱仍然是人们最为关注的互联网应用之一，收费和免费邮箱用户的满意度均有所提高，分别为 32.6%和 71.9%。报告同时也显示，网民每周上网 13.2 个小时和 4.1 天，每周上网小时数与半年前相比增加了 0.9 个小时。从网民每周上网时间可以看出，人们对互联网的使用越来越频繁，从最初的电子邮箱、查询新闻，到现在如此丰富的网络应用服务，互联网对人们日常生活的渗透性也越来越强。

互联网应用在深度和广度上的前景广阔，无论是纯网上应用业务还是网下与传统商业的产业链互动，都有很大的需求。这也要求广大的互联网企业和其他传统行业研究网民的消费需求，以网民需求为主导，提供各种更为丰富的网上服务。

三、家具行业网络营销策划

1、网页分析

a、网页设计风格配合当今家具市场的所有流行元素有：奢华、古典、自然、时尚、个性、简约，主页顶部应展示出本公司最新的家具产品，再衬以生动幽默的流动式文字，整个网页的黄、蓝、绿等暖色系进入顾客眼帘，跟人一种温馨、清新自然、和谐简约的感觉。公司最具特色的就是别出心裁的游戏互动区，我们的游戏开发员设计出一款以我们公司产品为内容极有挑战和趣味游戏，吸引更多年轻顾客浏览和增添其生活情趣，这有别于其他的家具网页，增添了不少活泼、可观性和时尚味道。

b、网页功能设计

本网站具有家具常识问与答、游戏互动区、邮箱、在线拍卖、工作机会、客户服务、公司产品目录册、在线交易、网上支付等功能，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、游戏和网上交易三方面为主。功能大而全。

2、消费者分析

1) 网络用户分析

CNNIC1月 19 日发布第十五次中国互联网络发展状况统计报告，网民有以下的主要特点：

1、用户的性别：男性占 60.6%，女性占 39.4%。

2、用户的年龄分布。

3、用户的婚姻状况：未婚占 57.2%，已婚占 42.8%。

4、用户的个人月收入。

5、用户每月实际花费的上网费用。

6、用户平均每周上网时间：13.2 小时。

7、用户平均每周上网天数：4.1 天。

8、用户上网最主要的目的：

获取信息：39.1%；学习：8.4%；学术研究：0.4%；休闲娱乐：35.7%；情感需要：1.1%；交友：6.2%；获得各种免费资源（如免费邮箱、个人主页空间、各种免费资源下载等）：2.5%；对外通讯、联络（如收发邮件、短信息、传真等）：1.7%；网上金融（如炒股、网上支付等）：1.2%；网上购物：0.1%；商务活动：0.3%；追崇时尚、赶时髦、好奇：0.2%；其它：3.1%。

9、用户得知新网站的主要途径（多选题）：

搜索引擎：86.6%；其它网站上的链接：64.3%；电子邮件：28.3%；朋友、同学、同事的介绍：54.8%；网友介绍：28.8%；网址大全之类的书籍：18.1%；报刊杂志：28.0%；广播电视：12.6%；黄页：3.6%；户外广告：9.7%；其它：0.6%。

在网民的特征结构方面，男性、未婚、25 岁以下、大专及以下、月收入在 20xx 元以下（含无收入）网民的比例分别在网民各特征数据中占据主要地位，在职业方面，学生、专业技术人员仍然是网民主体，比例分别为 34.2%、12.6%，但后者的比例和以往相比有所下降。

另外国家机关、党群组织工作人员、企事业单位管理人员、生产和运输设备操作人员的比例和以往相比都有所增长，分别达到 7.4%、9.3%、5.0%，行业方面，公共管理和社会组织、IT 业、批发和零售业、教育、制造业是网民的主要分布行业，比例分别达到 9.3%、7.7%、13.0%、14.6%，其它行业的网民数都有增长，网民的结构特征进一步宽泛。

2) 中国家具消费需求分析

中国家具市场：

规模庞大，家具市场增幅显著，市场呈现一片良好势头，在房地产业的带动下，家具市场将随之走向前所未有的热销阶段。中国家具市场未来需求旺盛，多种因素挖掘家具市场潜力需求。20xx 年 XXX 和 20xx 年 XXX 的召开，为酒店家具业带来了巨大的商机。

据消费日报报道，今后几年北京星级饭店每年将以 7% 的速度增长，估计到 20xx 年，北京星级饭店将达 800 家左右，客房 130,000 间；同时，目前北京市 73 家星级饭店中，八成以上近年都有改造需求，由此产生的市场需求高达 100 亿元人民币，这其中包含的对酒店家具的需求不容忽视。同时，由于奥运会所带来的大批文化和商业设施的建设，也为家具业带来了无限商机。

建筑行业的蓬勃发展，必将带来家具业的巨大需求。据中国建筑材料工业协会统计，内地建筑装饰行业总产值每年平均以 20% 左右的速度递增，而全国家装行业总产值的增长幅度超过 30%。其中尤以橱柜家具市场增速惊人，20xx 年需求量已逼近 80 万套，市场调查资料显示，目前，内地城市居民家庭中，整体橱柜家具拥有率仅有 6.8%，远低于欧美发达国家的 35% 的水平。

据业内专家测算，在未来五年时间内，内地每年仅橱柜家具就有 350 亿元的市场空间。各种商业设施和文化设施的建设，同样会带来巨大的家具市场需求。

据调查，中青年一代是内地家具消费的主流，也是社会中收入最高、最有消费能力的一个群体。经常光顾家具市场的人群中 42% 是 20-30 岁的消费者，31-40 岁的占 22%，41-50 岁的占了 16%，50-60 岁的占了 10%，其余占 10%。

因此，适合这一层次消费品位元的家具产品会较为畅销。近年，家具消费群体知识结构与生活态度正发生改变。据调查，经常光顾家具市场的人群中有 78% 的学历均在大专学历以上。这一群体已不仅仅满足家具的功能需求，而且在寻找一种新的生活方式，以期与他们的文化层次与个人品位相吻合。而一般文化程度人群去光顾家具市场的则寥寥无几。

网络营销推广方案 3

1、搜索引擎营销

搜索引擎营销分两种：**SEO**与**SEM**

SEO即搜索引擎优化，是通过对网站结构、高质量的网站主题内容、丰富而有价值的相关性外部链接进行优化而使网站为用户及搜索引擎更加友好，以获得在搜索引擎上的优势排名为网站引入流量。

PPC 是指购买搜索结果页上的广告位来实现营销目的，各大搜索引擎都推出了自己的广告体系，相互之间只是形式不同而已。搜索引擎广告的优势是相关性，由于广告只出现在相关搜索结果或相关主题网页中，因此，搜索引擎广告比传统广告更加有效，客户转化率更高。

2、病毒式营销

病毒营销模式来自网络营销，利用用户口碑相传的原理，是通过用户之间自发进行的，费用低的营销手段。病毒式营销并非利用病毒或流氓插件来进行推广宣传，而是通过一套合理有效的积分制度引导并刺激用户主动进行宣传，是建立在有意于用户基础之上的营销模式。病毒营销的前提是拥有具备一定规模的，具有同样爱好和交流平台的用户群体。病毒营销实际是一种信息传递战略，低成本，是一种概念，没有固定模式，最直接有效就是许以利益。

3、BBS营销

不用细致的解释了，我想这个应用的已经很普遍了，尤其是对于个人站长，大部分到门户网站论坛灌水同时留下自己网站的链接，每天都能带来几百IP。知道并且会使用BBS当然是我的忠实用户了，他们很多是一些大学生和白领，但这些人对商品时相当挑剔的，他们不会很富有，他们不完全在网上购物，他们会和在实体购物进行比较，不过把好东西卖给这些人他们绝对会用口碑营销为我们带来更多的顾客的。当然，对于企业，BBS营销更要专也精。

4、博客营销

博客营销是建立企业博客，用于企业与用户之间的互动交流以及企业文化的体现，一般以诸如行业评论、工作感想、心情随笔和专业技术等作为企业博客内容，使用户更加信赖企业深化品牌影响力。

博客营销可以是企业自建博客或者通过第三方BSP来实现，企业通过博客来进行交流沟通，达到增进客户关系，改善商业活动的效果。企业博客营销相对于广告是一种间接的营销，企业通过博客与消费者沟通、发布企业新闻、收集反馈和意见、实现企业公关等，这些虽然没有直接宣传产品，但是让用户接近、倾听、交流的过程本身就是最好的营销手段。企业博客与企业网站的作用类似，但是博客更大众随意一些。

另一种，也是最有效而且可行的是利用博客进行营销，这是博客界始终非常热门的话题，老徐与新浪博客的利益之急，KESO的博客广告，和讯的博客广告联盟，最近瑞星的博客测评活动等等，这其实才是博客营销的主流和方向。博客营销有低成本、分众、贴近大众、新鲜等特点，博客营销往往会形成众人的谈论，达到很好的二次传播效果，这个在外国有很多成功的案例，但在国内还比较少。

5、知识型营销

知识型营销就像百度的“知道”，通过用户之间提问与解答的方式来提升用户粘性，你扩展了用户的知识层面，用户就会感谢你，试想企业不妨建立一个在线疑难解答这样的互动频道，让用户体验企业的专业技术水平和高质服务，或是不妨设置一块区域，专门向用户普及相关知识，每天定时更新等等。

6、口碑营销

口碑营销虽然并非 2.0 时期才有的，但是在 2.0 时代表现的更为明显，更为重要。如今的口碑网、360 口碑资讯网在这些方面都做的很出色。

7、网络整合营销

网络整合营销传播是上个世纪 90 年代以来在西方风行的营销理念和方。它与传统营销“以产品为中心”相比，更强调“以客户为中心”；它强调营销即是传播，即和客户多渠道沟通，和客户建立起品牌关系。

其实，它就是利用互联网各种媒体资源，精确分析各种网络媒体资源的定位、用户行为和投入成本，根据企业的客观实际情况为企业提供最具性价比的一种或者多种个性化网络营销解决方案。像百度等大公司都是这方面的佼佼者。

网络营销推广方案 4

一、概述

做一个为大学城大学生服务的大学城网，网站网络营销初期推广方案。

现在绝大多数的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，这两个问题是阻碍发展的最主要的因素，但是因为我们的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，对于我们的网与其它网来说，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。

二、网站网络营销整体策划方案

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，如竞价排名，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。

方法说明主要是在百度与谷歌，免费登陆。

b、参加许可邮件营销：

邮件营销是快速、高效的营销方式，但应避免成为垃圾邮件广告发送者，参加可信任的许可邮件营销，向目标客户定期发送邮件广告，是有效的网站推广方式；具体的外部邮件列表营销步骤如下：

(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，规划方案《网站网络营销初期推广方案》。

(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，适时地将网上最新信息发给用户，如最新请求交换的新品，或是活动，能有效联系网站访客，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。

c、网吧广告

并不是每个学生都有电脑，因为网吧的用户基本是学生，也是我们的网站访问群体，所以针对上网吧的用户，我们采取另一种推广方法。

将利用这个用户集中上网的特点，将网吧的浏览器主页全部变成我们的网站，使网吧用户一上网就能看到我们的网站。

d、网站互动推广：

策划开展网站互动活动是有效的网站推广手段，且能提高访客忠诚度，持续深入的传播网站和品牌。

将换客在使用本网站的过程中提出的问题，选定一个合适的专题，在换客论坛专门开辟一个栏目，促进换客们之间进行讨论，并对参加讨论的换客进行奖励，对发起这个问题的换客有给予较大鼓励，同时在论坛上提供一个栏目，使换客也可以自行发起问题的讨论，对此我们也将给予不同程序的讨论，这样可以吸引更多人来，刺激大家的积极性。

引导换客对网站运行中存在的问题进行讨论，从中我们也可以得到换客更多的建议，从中找到最佳的解决方案。

这个将是我们长期的工作，对于网站的发展将起到长期的促进作用。

为了进一步促进网站互动的效果，我们将结合线下推广的方法，联合各间学校的一些协会，如青年志愿者协会，与用户开展各类户外活动，由网站提供物质支持和奖励。

如由网站提供物品或由用户自行提供物品，进行实际的线下交换活动。

网络营销推广方案 5

一、网络宣传平台分析

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（论坛、贴吧）等。

（一）公司网站

这个平台完全由公司控制，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）地方性站

在地方性站投放广告是另一网络宣传平台，其宣传方式包括：

1、投放网络广告，如购买图片、动画、文字等形式的广告位置，

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，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（论坛、贴吧）

网络社区投放广告成本小，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）投放广告：

（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论坛，我们可以在这上面做文章。

二、网民分析及目标消费者分析

（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分析

（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、圣合得产品分析

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。

四、网络营销推广计划

根据以上网络宣传平台、网民、目标消费者的分析，我制定了以下网络营销推广计划：

（一）建立网络宣传平台

1、建立公司网站及论坛：建立公司主页和公司交流论坛。全面直观地展示公司的形象。

2、建立高校论坛（可以通过申请网络免费论坛实现）：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论坛，我们可以为其建立论坛。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论坛中，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“长治学院论坛”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。等到论坛访问量达到一定程度，在论坛投放广告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论坛中。如采取“圣合得论坛 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论坛、网络社区、交流论坛、贴吧等平台投放广告。

实体宣传可以在各街道举举办“圣合得广告语有奖征集”活动，而广告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。如印有圣合得广告的环保购物袋等。

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，让长治人人知道圣合得，人人了解圣合得，一定能抢占更多的市场份额。

网络营销推广方案 6

做好医院网络营销的第一步

1、资金投资——舍不得孩子套不了狼。高水平的医院网络营销人才（医院其它人才亦是如斯），需要高标准的薪资制度，同时也要有甄别“假冒伪劣”人才的制度。核心人才需要制定长期的“双赢”薪金制度，达到将医院的发展愿景与人才的个人利益紧密相连的境界。

2、感情投资——留人重在留心，你都对他不感兴趣，他为什么会对你感兴趣？尊重人才，多与核心人才交流沟通，注重企业文化发展。

3、人才评价——每季度或半年对人才进行考核，让医院上下的相关同事们都来说说，这位人才的优点与不足，最后形成报告，让人才心知肚明自己的长处与不足，让人才有压力也有动力去持续改善。

网络营销团队的打造俗语说：“三个臭皮匠，顶个诸葛亮。”刘伯温又说：“万夫一力，天下无敌。”可见个人的力量有限，团队才能产生更大的能量。如何打造高效的网络营销团队？

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/398125051064006022>