



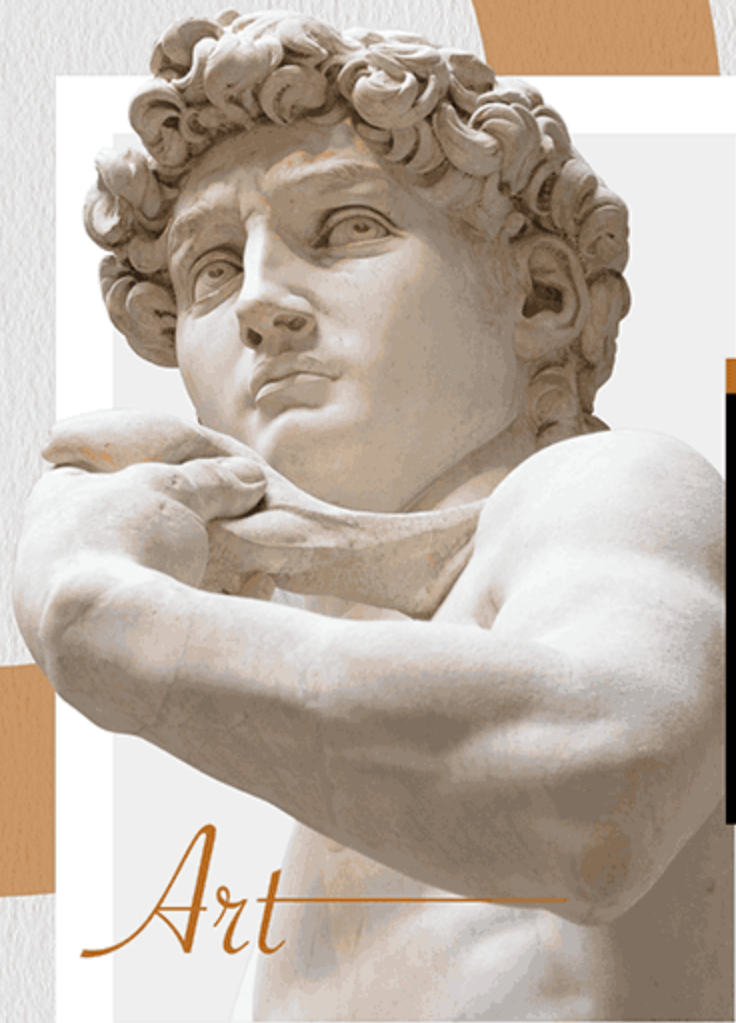
# 主动式网络营销案例

汇报人：XXX

2024-01-17

Art





CONTENTS

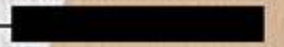
# 目录

- 引言
- 主动式网络营销概述
- 案例一：亚马逊的推荐系统
- 案例二：Netflix的个性化推荐
- 案例三：YouTube的广告策略
- 案例四：LinkedIn的职业信息流
- 总结与启示



# 01 **引言**

CHAPTER

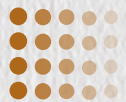


## 主题简介

主动式网络营销是一种利用互联网平台，通过主动发起和引导营销活动，吸引潜在客户并促进销售的营销方式。

随着互联网的普及和消费者行为的改变，主动式网络营销已成为企业营销策略的重要组成部分，具有成本低、传播速度快、覆盖面广等优势。





# 案例选择标准

## 案例具有代表性

选择的案例应具有一定的行业代表性，能够反映主动式网络营销的普遍应用和趋势。

## 案例具有创新性

案例应具有一定的创新性，在营销策略、技术应用等方面有所突破，能够为其他企业提供借鉴和启示。

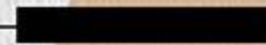
## 案例具有实效性

案例应具有明显的营销效果，能够证明主动式网络营销的有效性和价值。



# 02 主动式网络营销概述

CHAPTER



# 定义与特点



## 定义

主动式网络营销是一种通过互联网平台主动发起营销活动的策略，旨在吸引潜在客户并促进销售。



## 特点

主动性、互动性、个性化、数据驱动和低成本。



## 营销手段

搜索引擎优化 (SEO)、电子邮件营销、社交媒体营销、内容营销等。

# 常用手段与工具



## 搜索引擎优化 ( SEO )

通过优化网站结构和内容，提高网站在搜索引擎中的排名，从而吸引更多的潜在客户。

## 电子邮件营销

通过发送定制的电子邮件来推广产品或服务，与客户保持联系，提高品牌知名度。

## 社交媒体营销

利用社交媒体平台（如微信、微博、抖音等）进行内容推广，扩大品牌影响力，吸引目标客户。

## 内容营销

通过创作有价值的内容来吸引潜在客户，提高品牌知名度和信任度。



# 成功案例概览



01

## 案例一

某电商网站通过优化搜索引擎排名，实现了销售额的大幅增长。

02

## 案例二

某服装品牌利用社交媒体平台进行精准推广，成功吸引了大量年轻客户。

03

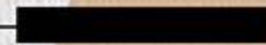
## 案例三

某餐饮企业通过开展内容营销活动，提高了品牌知名度和口碑，吸引了大量新客户。



# 03 案例一：亚马逊的推荐系统

CHAPTER



# 推荐系统的运作机制



## 用户行为数据采集 →

亚马逊通过记录用户的浏览、搜索、购买等行为，收集大量用户数据。



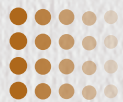
## 商品关联度分析 →

基于用户数据，系统分析商品之间的关联度，挖掘潜在的购买组合。

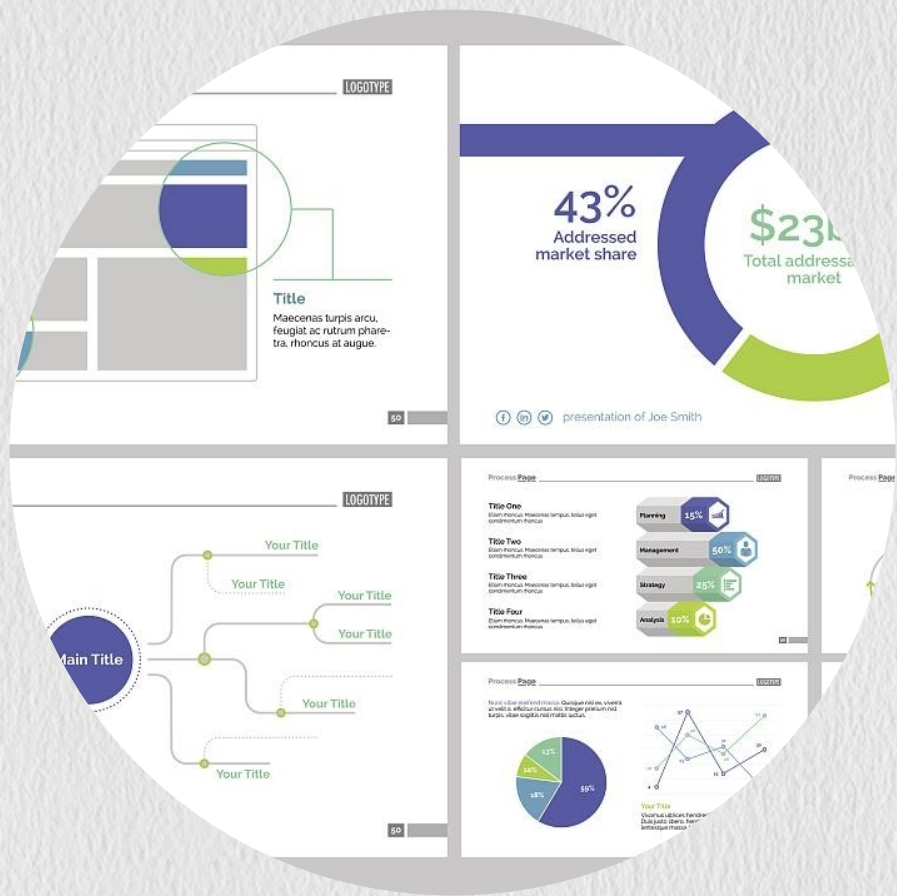


## 生成个性化推荐 →

根据用户历史行为和关联度分析结果，生成个性化的商品推荐。



# 推荐系统的数据基础



## 用户行为数据

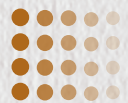
包括用户的浏览记录、搜索关键词、购买记录等，是推荐系统最直接的数据来源。

## 商品属性数据

包括商品的类别、品牌、价格、评价等，用于描述商品的基本信息和特征。

## 用户画像数据

基于用户行为和属性数据，构建用户画像，以更全面地了解用户需求 and 偏好。



# 推荐系统的效果评估

## ● 点击率

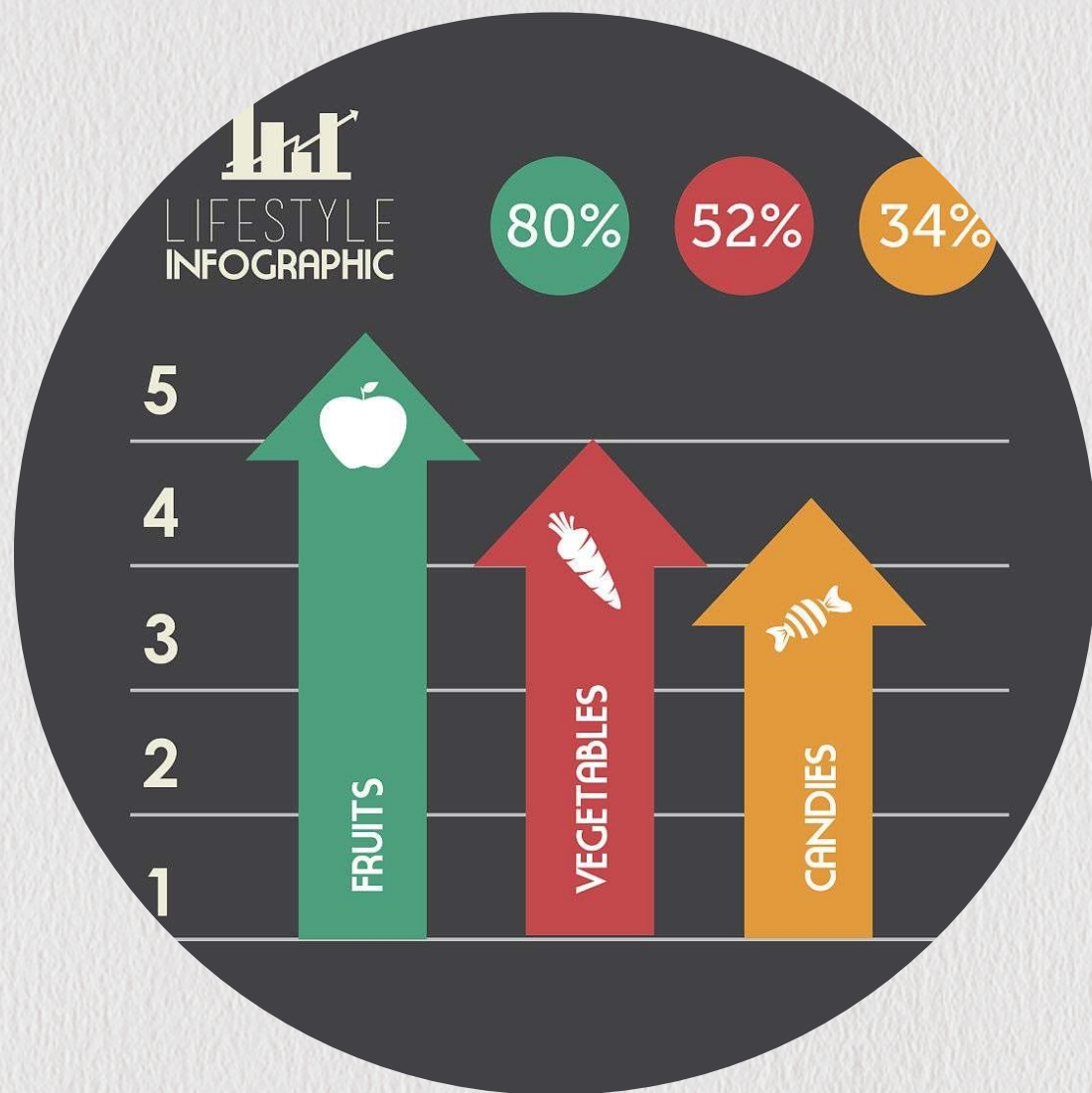
评估推荐结果的吸引力，通过用户点击推荐商品的次数来衡量。

## ● 转化率

评估推荐结果的转化效果，通过用户将推荐商品加入购物车或实际购买的次数来衡量。

## ● A/B测试

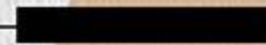
通过对比推荐系统在不同版本下的表现，评估推荐算法的效果和优化方向。





# 04 案例二：Netflix的个性化推荐

CHAPTER



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/398137127001006052>