# 网络推广周计划（精选5篇）

来源：网络 作者：落花成痕 更新时间：2025-06-19

*第一篇：网络推广周计划工作计划时间：1月4日——1月14日1、熟悉公司产品:配料机、搅拌机、砌块成型机的工作流程2、熟悉砖块型号、尺寸和不同的砖机和模具出砖数量等内容3、整理企业信息，如视屏、图片、产品简介、公司发展历史、公司产品优势等4...*

**第一篇：网络推广周计划**

工作计划

时间：1月4日——1月14日

1、熟悉公司产品:配料机、搅拌机、砌块成型机的工作流程

2、熟悉砖块型号、尺寸和不同的砖机和模具出砖数量等内容

3、整理企业信息，如视屏、图片、产品简介、公司发展历史、公司产品优势等

4、和李小姐联系，了解李小姐之前的工作

5、向同行业学习如何做网络宣传，了解其他企业的产品，跟我公司产品比较找出优势和不足

6、收集砖业广告用语

7、真理出主流网站，并分类，这周在大型搜索引擎上注册和发布企业信息（如百度、google等）

8、搜集目标企业，记录下他们的联系方式

**第二篇：网络推广计划**

网络推广计划

一、分析玉草百通茶和竞争对手

1)做推广首先要知道为什么要推广？

2)然后开始分析玉草百通茶的优势和哪方面不如竞争对手

3)竞争对手在做什么？那些可以效仿？那些可以创新？

4)下一步对手会做什么，我们可否在他们之前做出来？

5)现在我们着重点要做什么？

二、分析消费者

年龄大小，性别差异，数量多少，上网习惯，收入情况，学历等等。

三、用那些方法推广

根据分析，确定网络推广方法及策略，详细列出将使用哪些网络推广方法，如搜索引擎推广、博客推广、邮件群发营销、QQ群通讯、论坛社区发帖、攒写软文宣传、活动推广、网络广告投放等，对每一种网络推广方法的优劣及效果等做分析及具体如何实施。

四、确定推广标准

明确这一步做到什么地步，比如关键词搜录多少，网络推广实际转化多少等等。

五、安排 比如每天都要这么子做 百度1百度知道（每月做问答不少于10个）2百度贴吧（每月发帖不少于20篇）3百度文库（每月提交文章不少于5篇）4百度图片（在百度空间里上传各个关键词图片，每月上传不少于30张）新浪微博，微信公众平台的维护，业主QQ群的交流（定时更新，主要是 把客户引导到网站），展现品牌形象，让更多人知道华浔品味装饰。行业网站在各知名装修行业网站，社区论坛进行大批量的信息发布等。

六、预算和人员安排

好的方案还要有好的执行团队，依据方案制作详细的计划进度表，控制方案执行的进程，对推广活动进行详细罗列，安排具体的人员来负责落实，确保方案得到有效的执行。网络推广方案的实施，必然会有广告预算，要通过规划控制让广告费用发挥最大的网络推广效果，定期分析优化账户结构，减少资金浪费，让推广的效果达到最大化。

七、检测效果和预备方案

安装监控工具，对数据来源、点击等进行监测跟踪，帮助企业及时调整推广的策略。并对每一阶段进行效果评估。

提前制作风险预备方案，当市场变化时，才不致于手忙脚乱

**第三篇：网络推广计划**

网络推广计划

一、背景和计划

当前，信息无法精确的传播给目标受众，信息的二次传播不足，以及推广的内容转化率不足。初次尝试新媒体推广，网站和店铺销售品种与规格还不是非常完善，网站和店铺的知名度还不高。需要深入的概念诠释和传播是网络推广的关键。计划建立今日头条、新浪微博、营销微信公众号（订阅号、服务号）等，从不同的方向宣传网站的浏览量和店铺关注量，增加曝光度，提高用户的粘性，获取更大的转换量。

二、推广办法

平台：微信公众号（维护养成大号、腾讯粘性客户基数大、推到看一看）和今日头条（目前个人账号比较容易注册，文章比较容易推）

注册账号：微信公众号个人注册数量上限是2个；组织类主体注册公众号数量上限是5个。

头条号注册个人账号，需绑定已实名认证的手机号，一个手机号只能绑定一个帐号。

推广结构：内容推广、二维码推广、朋友圈扩散。可通过公众号进入店铺，查看产品信息介绍和购买的物流信息，以及与店主联系。

引流：发布与产品相关的内容，带上外链，到各大平台推广二维码吸引关注，利用在产品内容介绍的文章末尾加上（公众号，店铺）二维码引流。

内容：

1、公司的全面介绍，以及关于店铺的文章，推广品牌，提高曝光度。

2、产品外形性能等具体介绍和优势，文章末尾带上产品购买链接，或者店铺二维码，获得引流。

3、用户使用具体化的反馈，反馈包括产品质量、服务态度、产品包装、快递服务、售后服务等。

广告：外链、二维码

**第四篇：网络推广计划**

网络推广计划

通过3天2夜的网络营销课程学习以后，结合我公司实际情况。以后的网络营销工作做出如下计划。

一、强烈建议公司做一下B2B平台

学习中老师多次提到目标客户的调研和客户群的确认。找到公司目标客户群集中出现的地方，然后做集中的广告铺放，集中资源做最有效率的工作。我公司的产品特性决定了，我们的目标客户群的范围比较狭小而且分散，多是公司。（不同于大众消费类产品，目标客户群广泛），所以针对公司企业的B2B平台比较合适。公司以前的B2B平台失败经历，大部分原因应该是无专人管理的原因，希望公司再次考虑尝试。（具体做那个平台，需考察以后提交给公司决策）

二、调整和加强现有搜索引擎营销

a)对竞价模式的百度后台进行调整，提高关键词质量度，给每个关键词做着陆页，尽量规避恶意点击。谷歌的竞价平台也可以自己做（张月华负责）

b)免费模式的SEO优化，暂时需要做的，尽量调整公司网站的内部结构和内部链接建设，做网站地图，外部链接建设。（刘健负责）

三、博客营销和微博营销（刘健负责）

四、公司网站、博客的流量、关键词、客户来源统计，每月出统计报表（刘健负责）

五、各类推广手段获得的信息分类、跟踪和统计（张月华负责）

对每条获得的信息的来源（竞价，免费SEO，B2B）,信息的质量、业务员跟进情况做记录和统计，每月出报表，为调整公司推广重点做依据。

六、事件营销和网络炒作

这方面需要根据公司的情况，做具体策划和计划。需要有网络写手配合计划撰写人：刘健

2025年4月27日

**第五篇：网络推广计划**

网络推广营销计划

一、营销渠道的建立

（一）自有渠道

1.官网

2.直营店

3.移动互联网

4.社交媒体

（二）合作平台渠道

1.搜索引擎

2.社区论坛

3.行业相关网站

4.信息类网站

5.购物分销

6.行业链

二、营销推广

（一）搜索引擎

（二）社交推广

（三）微信公众号

（四）资源整合1.同业合作

2.异业合作

三、预计目标

四、费用预算

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！