# 公司网络营销策划书

来源：网络 作者：浅唱梦痕 更新时间：2025-07-05

*第一篇：公司网络营销策划书公司网络营销策划书范文一、公司简介本公司以“与绿色同行，与自然为本”为企业宗旨，号召广大人民热爱大自然，保护大自然。本公司以生产绿色产品为主（包括绿色食品，绿色日用品，等绿色系列品），创建于XX年1月，产品一经推...*

**第一篇：公司网络营销策划书**

公司网络营销策划书范文

一、公司简介本公司以“与绿色同行，与自然为本”为企业宗旨，号召广大人民热爱大自然，保护大自然。本公司以生产绿色产品为主（包括绿色食品，绿色日用品，等绿色系列品），创建于XX年1月，产品一经推出就受到广大市民的好评，现在，本公司已创立了自己的品牌，产品畅销全国。

二、公司目标1．财务目标今年（200x年），力争销售收入达到1亿元，利润比上年番一番（达到3000万元）。2．市场营销目标市场覆盖面扩展到国际，力图打造国际品牌。

三、市场营销策略

1、目标市场中高收入家庭。2．产品定位质量最佳和多品种，外包装采用国际绿色包装的4r策略。3．价格价格稍高于同类传统产品。4．销售渠道重点放在大城市消费水平高的大商场，建立公司自己的销售渠道，以“绿色”为主。5．销售人员对销售人员的招聘男女比例为2:1，建立自己的培训中心，对销售人员实行培训上岗，采用全国账户管理系统。6．服务建立一流的服务水平，服务过程标准化，网络化。7．广告前期开展一个大规模、高密集度、多方位、网络化的广告宣传活动。突出产品的特色，突出企业的形象并兼顾一定的医疗与环保知识。8．促销在网上进行产品促销，节假日进行价格优惠，用考核销售人员销售业绩的方法，促使销售人员大力推销。9．研究开发开发绿色资源，着重开发无公害、养护型产品。10.营销研究调查消费者对此类产品的选择过程和产品的改进方案。

四、网络营销战略经过精心策划，公司首次注册了二个国际顶级域名（dfaw.com和dongfa.com），建立了中国“与绿色同行”网网站，在网站中全面介绍公司的销售产品业务和服务内容，详细介绍各种产品。紧接着逐步在搜狐、雅虎等著名搜索引擎中登记，并以网络广告为主，辅以报纸、电视、广播和印刷品广告，扩大在全国的影响，再结合网络通信，增加全国各地综合网站的友情连接。

五、网络营销的顾客服务 通过实施交互式营销策略，提供满意的顾客服务。主要工具有电子邮件、电子论坛，常见问题解答等。

六、管理：

（一）、网络营销战略的实施:制定了良好的发展战略，接下来就需要有可行的推进计划保证其实施，我们可按下列步骤操作执行：1.确定负责部门、人员、职能及营销预算:网络营销属营销工作，一般由营销部门负责，在营销副总经理领导下工作。一般应设立专门部门或工作小组，成员由网络营销人员和网络技术人员组成，即使是工作初期考虑精简，也应保证有专人负责，工作初期调查、规划、协调、组织，任务繁重，兼职很难保证工作的完成。2.专职网络营销人员职责应包括：（1）综合公司各部门意见，制定网站构建计划，并领导实施网站建设。（2）网站日常维护、监督及管理。（3）网站推广计划的制定与实施。（4）网上反馈信息管理。（5）独立开展网上营销活动。（6）对公司其他部门实施网上营销支持。（7）网上信息资源收集及管理，对公司网络资源应用提供指导。3.在网络营销费用方面我们将确保最大可能的节约，但我们仍需对可能的投入有所估计，我们的营销预算主要来自于：（1）人员工资（2）硬件费用：如计算机添置（3）软件费用：如空间租用、网页制作、web程序开发、数据库开发（4）其他：如上网费、网络广告费等

feisuxs范文网【www.feisuxs】

**第二篇：公司网络营销策划书**

公司网络营销策划书 公司网络营销策划书主要包括：家具公司、汽车公司、贸易公司、化妆品公司、金银公司、文化传播公司、李宁公司、陶瓷公司、布艺公司、打火机公司、制冷设备公司、工艺品公司、钢琴公司、文体用品公司网络营销策划书等。公司网络营销策划书是一个企业根据公司实际状况制定的未来某一时间段内，企业网络影响战略战术的策划方案，用以指导公司未来网络营销工作。

一、市场营销策略

1、目标市场中高收入家庭。

2．产品定位质量最佳和多品种，外包装采用国际绿色包装的4r策略。

3．价格价格稍高于同类传统产品。

4．销售渠道重点放在大城市消费水平高的大商场，建立公司自己的销售渠道，以“绿色”为主。

5．销售人员对销售人员的招聘男女比例为2:1，建立自己的培训中心，对销售人员实行培训上岗，采用全国账户管理系统。

6．服务建立一流的服务水平，服务过程标准化，网络化。

7．广告前期开展一个大规模、高密集度、多方位、网络化的广告宣传活动。突出产品的特色，突出企业的形象并兼顾一定的医疗与环保知识。

8．促销在网上进行产品促销，节假日进行价格优惠，用考核销售人员销售业绩的方法，促使销售人员大力推销。

9．研究开发开发绿色资源，着重开发无公害、养护型产品。

10.营销研究调查消费者对此类产品的选择过程和产品的改进方案。

二、网络营销人员职责应包括：

（1）综合公司各部门意见，制定网站构建计划，并领导实施网站建设。

（2）网站日常维护、监督及管理。

（3）网站推广计划的制定与实施。

（4）网上反馈信息管理。

（5）独立开展网上营销活动。

（6）对公司其他部门实施网上营销支持。

（7）网上信息资源收集及管理，对公司网络资源应用提供指导。公司网络营销策划书

公司网络营销策划书公司网络营销策划书是一个企业根据公司实际状况制定的未来某一时间段内，企业网络影响战略战术的策划方案，用以指导公司未来网络营销工作二公司目标三市场营销策略四网络营销战略五网络营销的顾客...李宁公司网络营销策划书

李宁网络营销策划书姓名：鹏学号：10级市场营销班目录一策划目的二网络营销环境状况分析1宏观环境分析2消费者分析3产品分析4一策划目的活动主题：改善李宁公司营销策略，加强企业营销管理，制定营销计划，打造李宁品牌...金银公司网络营销策划书

二网络营销环境分析一市场环境分析二企业形象分析三产品分析四竞争分析五消费者分析三SWOT分析一营销目标和战略重点二产品和价格策略三渠道和促销策略网络资源的利用程度已经可以很大地决定一个企业的生存与发展，高...卡玛公司网络营销策划书

...析一市场环境分析二产品分析三竞争分析四消费者分析四网络营销SWOT分析五网络营销目标六网络营销策略一产品策略二价格策略三渠道策略四促销策略七网站建设及推广一门户网站的建立二网站推广方案网络资源的利用程度已...某钢琴

网络营销策划书华艺钢琴有限公司网络营销策划书一企业情况分析：华艺钢琴有限公司是2025奥运年钢琴行业涌现出的一匹黑马三，企业网络营销的发展目标1，通过此次网络营销活动提高本企业的知名度2，通过此次网络营销活动...谭木匠公司网络营销策划书

E代梳缘----谭木匠网络营销策划书第三小组成员组长:梅澎0047产品策划主管鲍坦0001品牌策划主管曹中慧0005行销策划主管康飞0030销售管理主管朱卫年0098市场调研主管主要内容简介1梳子市场5谭木匠的网络品牌策略6网络营销的实现...某汽车公司网络营销策划书

未来十年是中国汽车产业的黄金期，汽车产业已经完成了从小到大的过程，正在逐步实现由弱到强的巨大跨越，全球汽车工业将向中国和一些新兴经济体进一步转移，这对中国汽车工业来说，仍是非常难得的历史机遇中投顾问发...摩卡布艺

不管是从市场条件网络营销的基础条件以成熟，网络营销市场环境以成熟，网络营销的产品环境成熟，网络营销的物流环境成熟还是从我们自身的产品条件和现代消费方式的转变都是有利于我们网络营销的开展的三．网络营销方...某贸易

1从企业开展网络营销的一般程序来看，网站建设完成不是网络营销的终结，而是为网络营销各种职能的实现打下了基础，如网站推广在线顾客服务等，一些重要的网络营销方法如搜索引擎营销邮件列表营销网络会员制营销等也...

**第三篇：公司网络营销策划书**

公司网络营销策划书 公司网络营销策划书是一个企业根据公司实际状况制定的未来某一时问段内,企业网络影响战略战术的策划方案,用以指导公司末来网络营销工作。策划书主要包括以下几个方面公司简介、公司目标、市场营销策略、网络营销战略、网络营销的顾客服务、管理、网络营销效果评估及改进。目录

一、公司简介

二、公司目标

三、市场营销策略

四、网络营销战略

五、网络营销的顾客服务

六、管理

七、网络营销效果评估及改进 公司简介 思美传媒股份有限公司，中国4A成员单位，中国壹级广告企业（综合服务类）。2025在中国广告企业营业额排名中位居中国内资广告公司前5强，为行业龙头企业之一。业务范围包括消费者调研、品牌管理、全国媒体策划及代理、广告创意设计、娱乐行销、公关推广活动、户外媒体运营、互动营销等全方位整合营销传播服务。思美传媒旗下拥有魄力媒体、华意纵驰、翼扬户外、思美互动、视动力五大业务子品牌。魄力媒体，根植于本土，融合国际最新行业经验的综合性媒介策划代理服务机构；华意纵驰，专注服务成长型企业，实效创意综合代理机构；翼扬户外，有效开发和整合资源的专业户外媒体运营机构；思美互动，提供精准高效的数字媒体营销服务机构；视动力，专注于为本土品牌与企业提供以微电影及影视娱乐为代表产品的全方位内容营销机构。公司运营总部在杭州，并在北京、上海、广州、南京、宁波都设有子分公司，业务范围面向全国，公司现有员工总人数近400人。作为传播领域国际化标准和本土化灵活的融合者和实践者，思美传媒先后服务宝洁、上海家化、相宜本草、卡夫、百事可乐、肯德基、皇冠曲奇、达能、祐康集团、光明、胡庆余堂、伊力特、金龙鱼、上海通用、鸿星尔克、东风日产、长城汽车、中国电信、阿里巴巴、中国平安、滇虹药业、三九药业、云南白药等中外知名企业，伴随着中国企业一起走向世界。思美传媒股份有限公司为全国文化企业三十强，中国4A副理事长单位。公司于2025年1月23日在深交所挂牌上市，是中国第一家在主板上市的

民营广告公司。公司成立于2025年，在北京、上海、广州、杭州都设有分公司，现思美传媒员工总人数达800余人。公司业务量长期保持高速的增长，是一家在业内极具影响力的广告传媒集团公司。思美传媒以“全景·精准·传播”为定位，业务范围包括消费者调研、品牌管理、全国媒体策划及代理、广告创意设计、内容娱乐行销、公关推广活动、户外媒体运营、数字营销等全方位整合营销服务。公司拥有完备的研究中心为客户提供卓越的行业、媒体、消费者趋势研究和洞察，并以专业的资源中心统筹，通过数字、内容、媒介三大引擎驱动资源高效整合，实现互联网及移动端全景化精准盈利模式。一支富有战斗力，多元的国际化团队，核心人员均具有多年4A及跨国公司数字新媒体与传统品牌营销传播经验，具有深刻的市场洞察力。公司致力于成为“大互动”的跨界数字品牌整合营销公司。公司客户涵盖互联网、汽车、化妆品、家居以及地产等领域。公司目标 愿景 成为最具创新能力与专业精神的传媒集团服务 定位 全景精准传播 经营理念 提供合理传播方案，提升客户品牌价值 使命 提供合理传播方案，提升客户品牌价值 企业目标 百年老店 作风 坚持 专一 专注 创新 核心理念 细节成就经典 市场营销策略 整合服务&专业服务 思美传媒以“全景·精准·传播”为定位，业务范围包括消费者调研、品牌管理、全国媒体策划及代理、广告创意设计、内容娱乐行销、公关推广活动、户外媒体运营、数字营销等全方位整合营销服务。思美专业—科学体系源于实战 通过科学的体系，将品牌、市场、消费者紧密联动。思美领会、提炼、并验证了独有的专业方法体系。其符合中国市场、消费者、品牌格局，并不断进化，成为思美实现“全景·精准·传播”的核心工具。内容营销—国内领先的内容合作伙伴 通过与国内顶级制作团队联合制作，思美出品了大量现象级的电视及网络IP，包括《Wuli屋里变》、《ICON》、《蜜蜂少女队》等。思美也是《极限挑战》连续两季的首要合作伙伴，《中国好声音》连续 4 季唯一的娱乐整合营销服务提供商,是《奔跑吧!兄弟》连续 3 季的互联网营销服务商。合作伙伴包括湖南

卫视、浙江卫视、东方卫视、天津卫视、深圳卫视、星空传媒、灿星制作、贵州卫视、腾讯视频、爱奇艺等。同时,思美擅于将娱乐内容与商业品牌营销相结合,帮助商业品牌制定 IP 内容营销策略，提供数字化品牌与互动创意、社会化媒体营销等服务。目前，阿里巴巴、云南白药、上海大众、可口可乐、伊利、美丽说、百雀羚、蒙牛等知名商业客户均为思美的合作伙伴。内容营销-国内领先的影视制作团队与强大的造星能力 内容营销-自有影视作品资源 内容营销-丰富的原创IP资源储备 思美旗下的网络文学平台--掌维科技 目前已储备100多部衍生开发的版权作品，独家签约版权数量2235册，平台总版权数量6294册，并与上千名网络作者、数十家版权机构达成长期合作关系。影视类涵盖 都市言情、青春校园、科幻悬疑、都市异能 等系列，尤其适合开发成网络剧、网络大电影等。四大数字阅读平台产品: 原创书殿、言情书殿、奇悠阅读APP、原创书店 APP

涵盖PC端和H5端网站及手机终端AP三种形式。媒介营销—优势资源全景运作 思美作为媒介服务行业内的标杆。经过多年的纵深耕耘，其凭借优质的策划能力、议价能力提供了超群的媒介运营服务,并拥有极富竞争力的价格优势。在业内,思美“领先一步”的能力众所周知,拥有与央卫视电视节目、地方资源深入合作的丰富经验,是打造品牌与媒介传播的最佳桥梁。

第一、全国城乡媒体全面覆盖、媒介发布城市超过130个、常年合作媒体 400 家以上； 第二、拥有绝对优质的硬广资源，极度丰富的栏目深度合作经验； 第三、央视十佳代理公司战略合作，浙江卫视最大的代理公司，一线卫视密切合作：湖南、江苏、东方、安徽、深圳、天津等卫视； 第四、拥有开发和整合资源的专业户外媒体团队 ,为客户提供专业的户外媒体策划方案和购买服务。媒介营销—专业的全案传播策划执行能力 思美拥有极其专业和富有实效的全案传播策划能力。能为客户提供涵盖IP营销、媒介策划、品牌管理、数字互动、社会化营销的全案传播策划。诸多国际及国内顶尖品牌，均选择思美作为其全案传播的合作伙伴。其中包括阿里巴巴、贝贝网、江铃福特等顶级客户。网络营销战略 数字营销—精准的场景化营销 依托专业的数字媒介资源，以及大数据系统，实现互联网及移动端精准营销，为客户提供高效的新媒体传播方案。无论是移动端营销、搜索引擎营销，还是互联网内容营销，思美数字营销立足用户体验，以自身丰厚的媒介优势和监测体系，令客户在数字传播方面如虎添翼 OTV整合营销 思美传媒与多家视频网站的战略级合作。从传统的前贴片广告、到内容植入和原创贴、创可贴等创意形式的合作。拥有经验丰富的数字媒介团队，凭借优质的策划能力、议价能力提供了卓越的OTV整合行销能力。加上思美多年在电

视领域的媒介能力，为客户提供TV+OTV的一站式解决方案。数字营销--智能电视OTT营销 思美OTT 拥有专业的OTT智能电视服务团队，与多家第三方监测系统的战略极合作，提供从策略规划、媒介购买、效果分析等一站式智能电视广告解决方案。与创维、海信、康佳、长虹、TCL等五大核心智能电视厂商的深度合作，拥有开机广告、点播广告、精准互动广告、软性定性广告等广而全的智能电视广告形式。网络营销的顾客服务 通过实施交互式营销策略,提供满意的顾客服务。主 要工具有电子邮件、电子论坛,常见问题解答等。管理 专职网络营销人员职责应包括:(1)综合公司各部门意见,制定网站构建计划,并领导实施网站建设。(2)网站日常维护、监督及管理。(3)网站推广计划的制定与实施。(4)网上反馈信息管理。(5)独立开展网上营销活动。(6)对公司其他部门实施网上营销支持。(7)网上信息资源收集及管理,对公司网络资源应 用提供指导。在网络营销费用方面我们将确保最大可能的节约, 但我们仍需对可能的投入有所估计,我们的营销预算 主要来自于(1)人员工资(2)硬件费用:如计算机添置(3)软件费用:如空间租用、网页制作、Web程序开发、数据库开发(4)其他如上网费、网络广告费等 综合各部门意见,构建网站交互平台公司网站作为网络营销的主要载体,其自身的好坏直接影响网络营销的水平,同时网站也并非仅为营销功能,还包括企业形象展示、客户服务、公司管理及文化建设、合作企业交流等等功能,只有在广泛集合公司各方面意见的前提下才能逐步建立起满足要求的网站平台。构建网站应注意网站应有如下功能:(1)信息丰富:信息量太低是目前公司网站的通病;(2)美观与实用适度统一以实用为主,兼顾视觉效果(3)功能强大只有具备相应的功能,才能满足公司各部门要求。(4)网站人性化以客户角度出发而非以本企业为中心(5)交互功能:力求增加访问者参与机会,实现在线交互。(三)、制定网站推广方案并实施具备了一个好的网站平台,接着应实行网站推广。网站推广的过程同时也是品牌及产品推广的过程。制定网站推广计划应考虑的因素有(1)本公司产品的潜在用户范围;(2)分清楚本公司产品的最终使用者、购买决策者及购买影响者各有何特点，他们的上网习惯如何;(3)分清楚本公司产品的最终使用者、购买决策者及购买影响者各有何特点,他们的上网习惯如何;(3)我们应该主要向谁做推荐(4)我们以怎样的方式向其推广效果更佳;(5)是否需借助传统媒体,如何借助;(6)我们竞争对手的推广手段如何(7)如何保持较低的宣传成本。我们可以借助的手段:(1)搜索引擎登录;(2)网站间交换连接;(3)建立邮件列表,运用邮件推广;(4)通过网上论坛、bs进行宣传;(5)通过新闻组进行宣传;(6)在公司名片等对外资料中标明网址;(7)在公司所有对外广告中添加网址宣传;(8)借助传统媒体进行适当宣传。网络营销效果评估及改进 网站推广之后我们的工作完成了一个阶段,我们将获得较多的网上反馈,借此我们应进行网络营销效果的初步评估,以使工作迈上一个新的台阶。评估内容包括:(1)公司网站建设是否成功,有哪些不足;(2)网站推广是否有效;(3)网上客户参与度如何?分析原因;(4)潜在客户及现有客户对我网上营销的接受程度如何;(5)公司对网上反馈信息的处理是否积极有效;(6)公司各部门对网络营销的配合是否高效。评估指标主要有:网站访问人数、访问者来源地、访问频率、逗留时间、反馈信件数、反馈内容、所提意见等等。网络营销的有效运用,将可对公司其他部门的运行产生积极影响,同时也影响到公司的整体运营管理。作为网络信息条件经营方式的探索,它将极大推动公司走向新经济的步伐。它将发挥如下作用:促进公司内部信息化建设,加快企业电子商务准备,完蔷公司管理信息系统,提高公司管理的质量与效率,提高员工素质,培养电子商务人才。这些变化将影响公司现有的生产组织形式、销售方式、开发方式、管理方式等等,推动公司进行经营方式的战略性转型。

**第四篇：公司网络营销策划书**

一、公司简介

本公司以“与绿色同行，与自然为本”为企业宗旨，号召广大人民热爱大自然，保护大自然。

本公司以生产绿色产品为主（包括绿色食品，绿色日用品，等绿色系列品），创建于XX年1月，产品一经推出就受到广大市民的好评，现在，本公司已创立了自己的品牌，产品畅销全国。

二、公司目标

1．财务目标今年（200x年），力争销售收入达到1亿元，利润比上年番一番（达到3000万元）。

2．市场营销目标市场覆盖面扩展到国际，力图打造国际品牌。

三、市场营销策略

1、目标市场中高收入家庭。

2．产品定位质量最佳和多品种，外包装采用国际绿色包装的4r策略。

3．价格价格稍高于同类传统产品。

4．销售渠道重点放在大城市消费水平高的大商场，建立公司自己的销售渠道，以“绿色”为主。

5．销售人员对销售人员的招聘男女比例为2:1，建立自己的培训中心，对销售人员实行培训上岗，采用全国账户管理系统。

6．服务建立一流的服务水平，服务过程标准化，网络化。

7．广告前期开展一个大规模、高密集度、多方位、网络化的广告宣传活动。突出产品的特色，突出企业的形象并兼顾一定的医疗与环保知识。

8．促销在网上进行产品促销，节假日进行价格优惠，用考核销售人员销售业绩的方法，促使销售人员大力推销。

9．研究开发开发绿色资源，着重开发无公害、养护型产品。

10.营销研究调查消费者对此类产品的选择过程和产品的改进方案。

四、网络营销战略

经过精心策划，公司首次注册了二个国际顶级域名（dfaw.com和dongfa.com），建立了中国“与绿色同行”网网站，在网站中全面介绍公司的销售产品业务和服务内容，详细介绍各种产品。紧接着逐步在搜狐、雅虎等著名搜索引擎中登记，并以网络广告为主，辅以报纸、电视、广播和印刷品广告，扩大在全国的影响，再结合网络通信，增加全国各地综合网站的友情连接。

五、网络营销的顾客服务

通过实施交互式营销策略，提供满意的顾客服务。主要工具有电子邮件、电子论坛，常见问题解答等。

六、管理：

（一）、网络营销战略的实施:

制定了良好的发展战略，接下来就需要有可行的推进计划保证其实施，我们可按下列步骤操作执行：

1.确定负责部门、人员、职能及营销预算:

网络营销属营销工作，一般由营销部门负责，在营销副总经理领导下工作。一般应设立专门部门或工作小组，成员由网络营销人员和网络技术人员组成，即使是工作初期考虑精简，也应保证有专人负责，工作初期调查、规划、协调、组织，任务繁重，兼职很难保证工作的完成。

2.专职网络营销人员职责应包括：

（1）综合公司各部门意见，制定网站构建计划，并领导实施网站建设。

（2）网站日常维护、监督及管理。

（3）网站推广计划的制定与实施。

（4）网上反馈信息管理。

（5）独立开展网上营销活动。

（6）对公司其他部门实施网上营销支持。

（7）网上信息资源收集及管理，对公司网络资源应用提供指导。

3.在网络营销费用方面我们将确保最大可能的节约，但我们仍需对可能的投入有所估计，我们的营销预算主要来自于：

（1）人员工资

（2）硬件费用：如计算机添置

（3）软件费用：如空间租用、网页制作、web程序开发、数据库开发

（4）其他：如上网费、网络广告费等

（二）、综合各部门意见，构建网站交互平台

公司网站作为网络营销的主要载体，其自身的好坏直接影响网络营销的水平，同时网站也并非仅为营销功能，还包括企业形象展示、客户服务、公司管理及文化建设、合作企业交流等等功能，只有在广泛集合公司各方面意见的前提下才能逐步建立起满足要求的网站平台。

构建网站应注意网站应有如下功能：

（1）信息丰富：信息量太低是目前公司网站的通病；

（2）美观与实用适度统一：以实用为主，兼顾视觉效果；

（3）功能强大：只有具备相应的功能，才能满足公司各部门要求。

（4）网站人性化：以客户角度出发而非以本企业为中心

（5）交互功能：力求增加访问者参与机会，实现在线交互。

（三）、制定网站推广方案并实施

具备了一个好的网站平台，接着应实行网站推广。网站推广的过程同时也是品牌及产品推广的过程。

1.制定网站推广计划应考虑的因素有：

（1）本公司产品的潜在用户范围；

（2）分清楚本公司产品的最终使用者、购买决策者及购买影响者各有何特点，他们的上网习惯如何；

（3）我们应该主要向谁做推广；

（4）我们以怎样的方式向其推广效果更佳；

（5）是否需借助传统媒体，如何借助；

（6）我们竞争对手的推广手段如何；

（7）如何保持较低的宣传成本。

2.我们可以借助的手段：

（1）搜索引擎登录；

（2）网站间交换连接；

（3）建立邮件列表，运用邮件推广；

（4）通过网上论坛、bbs进行宣传；

（5）通过新闻组进行宣传；

（6）在公司名片等对外资料中标明网址；

（7）在公司所有对外广告中添加网址宣传；

（8）借助传统媒体进行适当宣传。

六、网络营销效果评估及改进

网站推广之后我们的工作完成了一个阶段，我们将获得较多的网上反馈，借此我们应进行网络营销效果的初步评估，以使工作迈上一个新的台阶。

1.评估内容包括：

（1）公司网站建设是否成功，有哪些不足；

（2）网站推广是否有效；

（3）网上客户参与度如何？分析原因；

（4）潜在客户及现有客户对我网上营销的接受程度如何；

（5）公司对网上反馈信息的处理是否积极有效；

（6）公司各部门对网络营销的配合是否高效。

2.评估指标主要有：

网站访问人数、访问者来源地、访问频率、逗留时间、反馈信件数、反馈内容、所提意见等等。

网络营销的有效运用，将可对公司其他部门的运行产生积极影响，同时也影响到公司的整体运营管理。作为网络信息条件经营方式的探索，它将极大推动公司走向新经济的步伐。它将发挥如下作用：

促进公司内部信息化建设，加快企业电子商务准备，完善公司管理信息系统，提高公司管理的质量与效率，提高员工素质，培养电子商务人才。

这些变化将影响公司现有的生产组织形式、销售方式、开发方式、管理方式等等，推动公司进行经营方式的战略性转型。

策划人：

**第五篇：公司网络营销策划书**

1、门户网站的建立

完善的企业网站解决方案其优点在于：它会成为信息发布、信息收集、信息处理及信息共享的最有效工具。通过借助完善的方案策划书，本公司必须充分考虑网站未来信息流量大、信息密度高，信息面广的特点，将信息服务有序的、实时的、准确的完成。同时，借助网站的互动能力广泛地收集来自企业内外部受众的反馈信息，并加以整理和分析，充分融合，然后以Intranet/Internet的形式让信息自外向内再自内向外有序流动、形成一个闭环的信息系统，真正将信息服务提高一个层次。

2、网站推广方案

2.1传统营销相结合(1)将网址印在信纸、相册、名片、宣传册等印刷品。

这种办法有时却被忽略了，确信网址拼写正确，域名是否便于记忆就成为影响网站推广效果的重要因素之一，域名选择时就要考虑到网站推广的需要。

(2)发布新闻

新闻推广总是有效的，即使消费者一下子记不住你的网址，也会留下一定的印象。寻找有新闻价值的事件(比如宣传你提供的免费服务)，并将新闻发布到行业的印刷期刊和网站期刊上，你可以使用一些网络新闻发布服务，比如XpressPress或者免费的PRWeb，新闻中添加上网址会增加链接广泛度。

2.2E-mail策略

(1)在你发出的邮件中创建一个“签名”，让潜在客户与你联系

大部分邮件系统都有创建签名的功能，签名会出现在发出去的每封邮件的末尾。签名要限制在6到8行之类，包括：公司名称、地址、电话、网址、Email地址和一句企业的描述。

(2)建立邮件列表，每月(或每隔2月)向用户发送新闻邮件(电子通讯/杂志)

这是与客户保持联系、建立信任、发展品牌和建立长期关系的最好方法之一。可以请网站访问者填写他们的邮箱地址，从而收取新闻邮件。发送邮件时需要采用群发服务器。建立自己的邮件列表学要长期的积累，是一项艰苦的工作，但其价值是巨大的，因此是网络营销的重要手段之一。

(3)向邮件列表用户(客户和访问着)发布产品信息，如优惠卷、新产品及其他促销信息。

如果将邮件主题和正文进行个性化处理将会获得更好的效果。要遵守邮件主题的几项基本原则：a体现出邮件内容的精华b体现出发件人信息中无法包含的内容c体现出品牌或者产品信息d邮件主题含有丰富的关键词e邮件主题不能过于简单或者过于复杂。

2.3广告策略

付费广告能更加迅速地推广你的网站。网络广告价格一般有以下三种计算方式：传统CPM方式(每千人次印象成本);PPC方式，即按点击数付费;按实际订购量付费，还有会员形式等。

(1)E—mail新闻邮件中购买短小文本广告

选择目标定位适合自己的邮件列表，在发送给该系列用户的功能邮件(每月通讯、电子杂志)中发布的简短的文字广告。较之其他的网络广告，这往往是非常有效又成本不高的广告方式。

(2)实施会员制营销

一些主流的商贸平台，例如：中国十大B&B平台（阿里巴巴、慧聪、中国供应商）还有一些垂直的B&B平台，例如：你们行业的一些平台，可以以会员形式进行推广

(3)搜索引擎竞价排名

竞价排名根据广告实际点击量付费，而且目标定位准确，是一种成本低效果好的方式。

2.4链接策略

在其他网站做链接可以带来更多的访问量。自从google等主要的搜索引擎将网站链接广泛度作为排名参考的因素以后，越多网站连接你，你的网站排名就越高。同时，链接的质量也是搜索引擎考虑的重要因素。链接在访问量高的网站比链接在访问量低的网站更有优势。

重点：搜索引擎策略

(1)添加网页标题

为每页内容写5至8个字的描述性标题。标题要简练，去掉“the”“and”这些不重要的词汇，要说该页面、该网站最重要的内容是什么。网页标题将出现在搜索结果页面的链接上，因此可以写的稍带煽动性，以吸引搜索者点击链接。

(2)添加描述性的META标签

除了网页标题，不少搜索引擎会搜索到META。这是一句说明性的文字，描述网页正文的内容，句中也包含网页中使用的关键词，词组等。目前，含关键词的META标签已对排名帮助不大，但有时META标签会用于付费登录技术中。而且谁知道什么时候搜索引擎会再次重视它呢?

(3)在网页粗体文字中也填上你的关键词

搜索引擎很重视粗体文字，以为这是本页很重要的内容，因此，确保在一两个粗体文字标签中写上你的关键词。

(4)确保你在征文第一段就出现关键词

搜索引擎希望在第一段就出现你的关键词。但不能充斥过多的关键词。Google大概将全文每100个字中出现1.5—2个关键词是为最佳关键词密度，可获得好的排名。

(5)导航设计要易于搜索引擎搜索。

有些人在网页制作中使用框架，但这对搜索引擎来说是一个严重的问题。即使搜索引擎找到你的内容页面，也可能错过其中关键性的导航栏目，从而不可能进入搜索到其他页面。用Java和Flash做得导航按钮看起来很漂亮美观，但搜索引擎找不到他们。补救的办法是在页面的底部用常规HTML链接在做一个导航条，确保可以通过此导航条可以的链接进入网站的每一页。

(6)针对有些重要的关键词，专门做几个页面。

搜索引擎优化专家不推荐使用任何搜索音型的欺骗性过渡页面，因为这些几乎复制出来的网页可能受到搜索引擎的惩罚。但可以做几个网页，每页集中包含几个不同的关键词，词组。

(7)向搜索引擎提交网页

在搜索引擎上找到“ADDYOURURL”的链接。搜索robot将自动索引你提交的网页。美国最著名的搜索引擎是：google,Inktomi,AltaVista和Tehoma.。这些搜索引擎向其它主要搜索引擎和门户网站提供搜索内容。在欧洲和其他地区你可以发不到区域性的搜索引擎。

(8)调整重要内容页面以提高排名

将你认为最重要的页面做一些调整，以提高他们的排名。有一些软件可以检查他们的排名，比较跟你关键词相同的竟争者的网页排名还可以获知搜索引擎对你网页的首选统计数据，从而对自己的页面进行调整。

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！