# 精选网络营销工作计划范文汇总(9篇)

来源：网络 作者：梦里寻梅 更新时间：2025-05-03

*精选网络营销工作计划范文汇总一着眼公司当前，兼顾未来发展。在总经理的领导下，在销售工作中我坚持做到：突出重点维护现有市场，把握时机开发潜在客户，注重销售细节，强化优质服务，稳固和提高市场占有率，积极争取圆满完成销售任务。一、销量指标：二、计...*

**精选网络营销工作计划范文汇总一**

着眼公司当前，兼顾未来发展。在总经理的领导下，在销售工作中我坚持做到：突出重点维护现有市场，把握时机开发潜在客户，注重销售细节，强化优质服务，稳固和提高市场占有率，积极争取圆满完成销售任务。

一、销量指标：

二、计划拟定：

1、年初拟定《年度销售总体计划》;

2、年终拟定《年度销售总结》;

3、月初拟定《月销售计划表》和《月访客户计划表》;

4、月末拟定《月销售统计表》和《月访客户统计表》;

至20xx年12月31日，山东区销售任务560万元，销售目标700万元(20xx年度销售计划表附后);

三、客户分类：

根据04年度销售额度，对市场进行细分化，将现有客户分为vip用户、一级用户、二级用户和其它用户四大类，并对各级用户进行全面分析。

四、实施措施：

1、技术交流：

(1)本年度针对vip客户的技术部、售后服务部开展一次技术交流研讨会;

(2)参加相关行业展会两次，其中展会期间安排一场大型联谊座谈会;

2、客户回访：

目前在国内市场上流通的相似品牌有七八种之多，与我司品牌相当的有三四种，技术方面不相上下，竞争愈来愈激烈,已构成市场威胁。为稳固和拓展市场，务必加强与客户的交流，协调与客户、直接用户之间的关系。

(1)为与客户加强信息交流，增近感情，对vip客户每月拜访一次;对一级客户每两月拜访一次;对于二级客户根据实际情况另行安排拜访时间;

(2)适应把握形势，销售工作已不仅仅是销货到我们的客户方即为结束，还要帮助客户出货，帮助客户做直接用户的工作，这项工作列入我05年工作重点。

3、网络检索：

充分发挥我司网站及网络资源，通过信息检索发现掌握销售信息。

4、售后协调：

目前情况下，我公司仍然以贸易为主，“卖产品不如卖服务”，在下一步工作中，我们要增强责任感，不断强化优质服务。

用户使用我们的产品如同享受我们提供的服务，从稳固市场、长远合作的角度，我们务必强化为客户负责的意识，把握每一次与用户接触的机会，提供热情详细周到的售后服务，给公司增加一个制胜的筹码。

本年度我将严格遵守公司各项规章制度，加强业务学习，提高业务水平，努力完成销售任务。挑战已经到来，既然选择了远方，何畏风雨兼程，我相信：用心一定能赢得精彩!

**精选网络营销工作计划范文汇总二**

随着社会经济的飞速发展，我国网络营销的活动开展日益频繁，研究中国网络营销的营销策略为辅助保障我国农业的发展至关重要。本研究通过深入分析中国农产品网络营销存在的问题，结合我国网络营销实践中出现的具体情形，并对完善我国网络营销提出了相应的对策，以期为正确适用中国农产品网络营销策略提供借鉴，这成为了推动我国农业不断实现可持续发展的主要动力，有利于在我国营造良好的网络营销环境。

近年来随着我国经济的不断发展，市场化水平的不断提升，我国的农业也迎来了发展的黄金时期。在我国，无公害农产品网络营销逐步变成了农产品销售渠道的重中之重，并不断通过实践得以展示。我国的农业部门在伴随着无公害农产品网络营销市场行业竞争激烈性的不断增加而面临的形势也变得愈发严峻。因此从策略方面我们应相应的创新，从营销技术等方面提高网络营销水平，为中国网络营销营销方案的创新提供更多的支持和帮助。

网络营销是一种社会和营销过程及个人和集体通过创造提供出售，并同别人自由交换产品和价值，以获得其所需要的物。网络营销策略就是知道市场需求，抓住市场需求欲 望，以的方案进行推广，扩充，销售，达到广告效应，品牌效应，以树立品牌性，将产品或服务销售给消费者所取的一切措施称为营销策略。有关营销策略的理论研究有：消费者行为理论，具体包括综合考虑消费者的心理因素、市场价格因素、消费环境因素等；营销组合4p理论，即产品因素、价格因素、渠道因素与促销策略。无公害农产品的网络营销策略从本质上就是指农业相关部门对企业整体发展活动的管理方式。农业销售部门应规范场馆内部营销制度，提高综合营销水平，以公益性为出发点，充分发挥无公害农产品网络营销的效益。农业无公害农产品网络营销活动的多样化与一个国家的经济发展水平密切相关。无公害农产品网络营销不仅要兼顾人民的健康利益，还要考虑平衡农民的收入、赞助商利益等因素。当然目前也存在着一些阻碍因素。

对无公害农产品网络营销策略进行相关的研究，一方面能够有效的深入与完善中国无公害农产品网络营销的具体营销计策，另一方面有利于提升中国网络营销的整体的竞争力和凝聚力，有助于我国农产品销售部门在制定营销策略时提供清晰的思路和有益的参考。这样就大大的提高了无公害农产品网络营销模式的发展新高度，在无公害农产品网络营销的不同环节的布置上将更加的有效率，自然而然的就把农业资源转向了价值较高的环节之上了，这样无公害农产品网络营销行业的价值就会在产业链的各个环节上得到实现。一方面对无公害农产品网络营销得到了合理的控制，另一方面还促进了无公害农产品网络营销行业资源的合理配置和有效利用。无公害农产品网络营销模式的完善是我国无公害农产品生产行业效益提升的最有效的一种体现。

现阶段，绝大多数赞助商选择通过大型的农展活动选择植入广告，一方面能够起到比较好的宣传作用，一方面为农展举办方提供了一定的资金支持。赞助商不仅利用农产品展览会布置宣传自身的产品。还通过在一些媒介上印刷不同的赞助商的具体产品介绍或者给予部分参展人员的机会达到宣传与赞助的双赢目标。现阶段大多数无公害农产品网络营销行业存在营销组织结构涣散的问题，无公害农产品网络营销行业部门的领导及无公害农产品网络营销行业营销管理阶层与无公害农产品网络营销行业营销员工间应当进行良好的沟通，提升整个营销团队的凝聚力和良好的战斗力。目前，中国农产品网络营销已经开始与国内各大知名的门户网站进行全面的合作，比如与新浪微博、淘宝等进行合作。再比如，通过赋予一些网站转播的权利，利用土豆网和专业网络营销直播等对中国无公害农产品网络营销的活动进行有效的宣传，一方面提升了这些无公害农产品网络营销的点播率，一方面提升了双方的经济效益。农业销售部门还利于百度搜索引擎为无公害农产品网络营销的视频观看和销售入口提供了有效的链接。

为解决无公害农产品网络营销行业营销观念滞后的问题，加大中国无公害农产品网络营销的推广力度，应不断扩大对无公害农产品网络营销行业营销理念的宣传范围，加大中网无公害农产品网络营销产品的宣传力度，推动无公害农产品网络营销行业营销经济效益的提高。无公害农产品网络营销营销部门也应当不断创新营销机制。其中，加大无公害农产品网络营销的推广范围主要是在新形势下制订无公害农产品网络营销行业营销战略的实施方案上，要坚持全局观念，创新多元化的中国网络营销竞争机制，增强中国无公害农产品网络营销的核心竞争力和综合实力。中网络营销的相关部门在进行营销管理的过程中，一般无公害农产品网络营销行业在营销中所占的比重比较大。通过不断推广无公害农产品网络营销的范围，有利于实现中国无公害农产品网络营销部门危机管理策略与风险策略的有效推广，培养营销员工的与时俱进理念，创新营销团队的思想观念，完善农业赛制营销机制，增强无公害农产品网络营销行业整体的核心竞争力。

为了实现无公害农产品网络营销行业营销手段制度的有效创新，合理配置无公害农产品网络营销行业内部资源。无公害农产品网络营销行业在创新无公害农产品网络营销行业营销手段和决策机制的过程中，还应当建立起全员参与监督的机制。一方面要推广柔性化的营销管理机制，改善无公害农产品网络营销行业的内外环境，创新无公害农产品网络营销行业的营销手段，另一方面也要提高创新无公害农产品网络营销行业营销手段的效率。无公害农产品网络营销行业也在不断调整和创新营销组织结构的基础上，要不断完善无公害农产品网络营销行业的管理机制，优化无公害农产品网络营销行业的管理手段，坚持全方位、多层次的营销策略发展目标。无公害农产品网络营销行业还应当不断创新营销制度，尤其是要构建有效的内部营销制度，有效规划与合理部署农业产品生产和市场营销情况，对增强农业销售整体的效益发挥了十分重要的作用。

综上所述，无公害农产品网络营销策略的创新发展对推动一个国家无公害农产品网络营销行业的经济收益和发展水平至关重要。为了实现无公害农产品网络营销的多样化发展，完善无公害农产品网络营销的营销方案、优化无公害农产品网络营销的组织机构，推行灵活化的无公害农产品网络营销策略对提升一个国家农产品销售的整体质量至关重要。

**精选网络营销工作计划范文汇总三**

合同编号：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

甲方：

法人代表：

地址：

电话：

传真：

乙方：

法人代表：

地址：

电话：

传真：

签订地点：

签订日期：

甲、乙双方，经友好协商一致，就甲方委托乙方进行网络营销事宜达成以下协议。双方申明，双方都已理解并认可了本合同的所有内容，同意承担各自应承担的权利和义务，忠实地履行本合同。

第一条推广项目基本情况

1.网址url(填写全称，如：www. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_)

2.标题(中文少于15个字，一般为公司名称，最好包含关键字;英文少于40字符，即5个左右英文单词)

3.描述(以一两句话进行简述，重要内容靠前放)

4.关键词

第二条 项目金额及付款方式明细

1.中文网址：\_\_\_\_\_个×\_\_\_\_\_元/个=\_\_\_\_\_元;

英文网址：\_\_\_\_\_个×\_\_\_\_\_元/个=\_\_\_\_\_元;

其它：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_。

费用总计：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_。

2.付款方式

本合同涉及总金额为人民币\_\_\_\_\_元，合同签订后3日内，甲方将以上款项全部支付乙方并将付款凭证传真至乙方。

第三条 推广工作进度

1.乙方应在收到甲方支付的款项后\_\_\_\_\_个工作日内开始推广项目工作;

2.乙方应在收到甲方支付的款项后\_\_\_\_\_个工作日内达到服务标准(相关服务标准见附件)。

3.由于甲方原因造成的乙方推广项目工作不能达到服务标准，应由甲方承担责任。

第四条 合同期限

本合同有效期为\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日至\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日，经双方协商一致，可以延长该期限。

第五条双方的基本权利和基本义务

5.1 甲方的权利和义务

5.1.1根据本合同项目的实际需要和乙方的要求提供协助并提供有关的材料等，甲方保证所提供的所有资料完整、真实、合法。

5.1.2 甲方应向乙方提供必要的资料和协助以达到本合同规定的推广目的并派专人负责与乙方联络、协调。

5.1.3 保证本合同涉及推广项目符合国家法律规定和社会公共利益，并且在本合同履行过程中不会发生实质性显著变化。

5.1.4对违反5.1.1和5.1.3的要求而引起的问题以及产生的影响、后果承担全部责任。

5.1.5保证委托乙方进行的推广项目自身不会侵犯任何第三方的权利;若发生侵犯第三方的权利的情形，由甲方承担全部责任，乙方在推广过程中的行为造成侵犯第三方权利的除外。

5.1.6按本合同约定的付款方式和时间及时向乙方支付合同费用。

5.2 乙方的权利和义务

5.2.1 按照甲方提供的材料按时完成本合同规定的网络营销工作并于每月 日提交推广工作的实施报告。

5.2.2 对网络营销工作成果进行跟踪检查以确保其有效性。

5.2.3可以根据甲方的要求帮助甲方举办培训和技术咨询，具体的操作方式及费用双方另行签署协议确认。

5.2.4乙方承诺在履行合同时不进行有损甲方形象、声誉等的行为。

5.2.5除非事前经甲方书面同意，否则乙方应当自己完成本合同项下的各种服务工作，不得将工作的一部分或全部分包给任何第三方。乙方如确有需要须将本合同项目有关内容委托第三方进行的，应事先获得甲方书面同意并保证甲方在本合同中的利益不会受到不利影响。

5.2.6作为专家，乙方有义务就网络营销方面发现甲方存在的问题，主动提出解决方案与建议，而不会为节约时间成本不主动告知。

5.2.7乙方有义务免费为甲方相关人员解答各类网络营销方面的疑问与咨询。

第六条 知识产权和保密责任

6.1 双方使用的所有硬件、软件、程序、密码、商品名、技术、许可证、专利、商标、技术知识等皆归各方所有权人所有，不存在任何权利瑕疵，另一方及第三方对于此无任何权利或利益。

6.2 双方均有对其从对方获取或知悉的、合同对方的业务信息、技术资料等非公开信息均(以下统称“保密信息”)予以严格保密，法律法规另有规定的除外。除非一方书面同意，另一方不得为履行本合同之外的目的直接或间接地使用保密信息或向任何第三方透露传播转让或允许任何第三方使用保密信息。

6.3保密信息之披露

任何一方在下列任一情形下披露保密信息不视为违反本合同：

6.3.1 该信息在披露时已为公众所知悉

6.3.2 该信息根据另一方事先书面同意而披露

6.3.3 一方按照对其有管辖权的政府司法等部门依据我国法律法规执行公务时的要求而披露，前提为披露之前一方先以书面形式将披露的商业秘密的确切性质通知另一方。

6.4不论本合同是否变更、解除、终止，本条款下的保密义务对合同双方均持续有效。

6.5任一方不按本条款规定承担保密责任的，违约方需向对方承担由此造成的全部损失。

第七条 违约责任

7.1 甲方未按合同约定的付款方式和时间及时向乙方支付合同费用，每逾期一天，应向乙方支付逾期付款部分金额的千分之五作为滞纳金。

7.2如果乙方延期开展相应的服务或提供瑕疵服务，乙方应当承担由此给甲方造成的损失。

7.3 违反本合同其他条款，给另一方造成损失的，违约方应向非违约方赔偿损失并继续履行合同。赔偿损失额应相当于因违约方所造成的损失。双方均有过错的，应根据各方实际过错程度，分别承担各自的违约责任。本合同其他条款对违约责任另有约定的，从其约定。

7.4一方变更通知、通讯地址或其他联系方式，应在变更之日起十日内，将变更后的地址、联系方式通知另一方，否则变更方应对此造成的一切后果承担责任。

第八条 合同的解除与终止

8.1 双方应本着诚实信用的原则履行本合同。任何一方在履行中采用欺诈、胁迫或者暴力的手段，另一方可以解除本合同并有权要求对方赔偿损失。

8.2 任何一方在履行中发现或者有证据表明对方已经、正在或将要违约，可以中止履行本合同，但应及时通知对方。若对方继续不履行、履行不当或者违反本合同，该方可以解除本合同并要求对方赔偿损失。

8.3 因不可抗力或者其他意外事件使得本合同的履行成为不可能、不必要或者无意义的，任一方均可以解除本合同。因不可抗力造成合同一方不能按时履行合同的，该方履行期限可相应顺延，对此造成的损失，合同双方均不承担责任。受不可抗力影响而不能按时履行的一方，应当在不可抗力发生后的10天内以传真或其他书面方式通知合同对方当事人，并积极采取适当措施防止损失扩大，并提供有关权威机构的有效证明。

8.4 任意一方无正当理由擅自提前解除本合同，给对方造成损失的，另一方有权要求赔偿;甲方无故提前解除合同的，无权要求乙方返还已支付的费用并应对乙方遭受的损失承担赔偿责任;乙方无故提前解除合同的，应返还已支付的费用并应对甲方遭受的损失承担赔偿责任。本合同其他条款对合同的解除另有约定的，从其约定。

8.5 订立本合同所依据的客观情况发生重大变化，致使本合同无法履行的，经双方协商同意，可以变更本合同相关内容或者终止合同的履行。

第九条 法律适用与争议解决

9.1 法律适用

本合同的订立、解释、履行、效力和争议的解决等均适用中华人民共和国法律。

9.2 争议解决

双方当事人对本合同的订立、解释、履行、效力等发生争议的，应友好协商解决;协商不成的，提交甲方所在地人民法院诉讼解决。

第十条 其他

10.1 本合同所称不可抗力、意外事件是指不能预见、不能克服并不能避免且对一方当事人造成重大影响的客观事件等不得已情况，基础电信业务经营者电信线路服务中止，自然灾害如洪水、地震、火灾和风暴等以及社会事件如战争、动乱、政府行为等。

10.2本合同签订后，经双方当事人协商一致，可以对本合同有关条款进行变更或者补充但应当以书面形式确认。上述文件一经签署，即具有法律效力并成为本合同的有效组成部分。

10.3本合同经双方授权代表签字并盖章后生效。

10.4 本合同一式两份，双方当事人各执一份，具有同等法律效力。

甲 方：

法定代表人(签章)：

地 址：

电 话：

签订时间： 年 月 日

乙 方：

法定代表人(签章)：

地 址：

电 话：

签订时间： 年 月 日

**精选网络营销工作计划范文汇总四**

网络营销是企业整个营销战略不可分割的组成部分，需要服从和服务于企业的整体营销计划。那些把网络营销和传统营销割裂开来的公司，往往不能取得良好效果，这是众多实践证明的。通过上次的沟通，我们对企业网路营销的作用和手段看法是基本一致的。

一、开展国内网络营销推荐使用以下方式：

1、网站页面的基本优化。网站优化和搜索引擎作弊有着本质的不同，而是让网站对搜索引擎更友好，更多的被搜索引擎收录，并提升网站的pr值，努力达到在不支付费用的前提下，在主要搜索引擎中占据好的排名位置。这需要做长期的大量的工作，我知道有一个公司可以为企业体供专业水准的优化服务，并可以保证指定关键词的具体排名达到与贵公司商议的排名。有需要的话可以与我联系，我的电话是：。网站优化将从根本上节约网站的推广成本。一般的优化效果在2-3个月内显现出来。

主要手段有：作为它们公司的技术性商业秘密，占不透露。费用为\*元/年。目标是让公司的主要关键词在主要搜索引擎中有较好的排名。

2、搜索引擎推广：目前，国内外主流搜索引擎均提供竞价排名服务。在网站优化过程中，以及在优化不能解决的方面，可以通过搜索竞价加以弥补。比如：百度目前“橱柜”一词首页10个位置均已售出。因此如果想排在首页，必须要通过搜索竞价来实现。

各搜索引擎的价格如下：

百度：2400元预存广告费用(没有时间限制)+600元基本服务费(按年支付，百度统一收取)。第11名后，显示在搜索结果右侧。

google:目前，我们一般采用包年的形式，保证全年时时显示在google首页右侧。按关键词的数量和热门程度不同，一次性收费。企业不用在消耗完广告费后另外支付费用。

雅虎：20xx元预存广告费用(没有时间限制)+600元基本服务费(按年支付，雅虎统一收取)。每页显示2个位置。

目前以上三个搜索引擎占据了国内85%以上的市场份额，其他搜索引擎推广基本不用考虑。

3、供求信息平台：

1、在国内b2b贸易平台中，阿里巴巴无疑是绝对的霸主，和其他竞争者不在同一个层面上。因此如果希望通过供求信息平台开展网络营销，阿里巴巴无疑是首选。

因为阿里巴巴诚信通会员业务不设置代理商，需要向阿里巴巴公司杭州总部提出申请。具体联系电话：0571-85025188。目前费用为2300元/年。

同时，企业也可以在国内的b2c交易平台淘宝网上开设自己的销售窗口。目的，不是为了带来多少销售，而是可以为企业带来一些宣传的窗口。

4、网络营销软件：

网络营销软件作为一种营销工具，毫无疑问，在企业开发代理商和渠道拓展时将发挥重要作用。

一方面可以大量在众多供求信息平台发布供求、招商合作信息。

一方面可以通过信息收集功能，把散步在各个平台上的采购项目、合作意向信息收集到本地，共市场开发人员跟进。

同时，可以适度开展邮件广告营销。该软件提供了邮件搜索和邮件群发的基本工具，

目前有三个版本可以考虑：

费用预算：

2个行业版：1980元/套。5行业版：2580元/套。全行业版：3980元/套。

每半年的升级费用是250元。

5、关于网站流量分析统计系统的安装。

尽管目前国内有很多优秀的免费网站流量分析统计系统，但是由于企业缺乏专业人才，懂得应用的很少。我们可以免费提供。

**精选网络营销工作计划范文汇总五**

一、背景

小芳在东莞一条繁华的街道上有1个店面，销售高档女式服装，利润可观，但是由于要和在南昌的男朋友结婚，她面临着事业和爱情之间的选择，二者她必须舍弃1个。但是，随着网络经济的发展和网上购物的兴起，小芳有了另外1个选择，可以让她事业和爱情双丰收，那就是将她的店开到网上去。但是，说起来容易，做起来难，在网上开店虽然好，但是由于没有网上开店的经验，小芳显得有些犹豫，怕做不好。在此，作为小芳的男朋友，我有责任为她的网店贡献一份力量。刚好我是做网络营销工作的，因此我可以给她做一些指导。下面是我为她写的网络营销策划书，相信有了这份策划书的指导，小芳的事业一定可以更上一层楼。

二、网络营销策划的目的

将店开到网上去，是一件并不容易的事情，需要考虑多方面的因素。涉及的范围也是相当广泛，包括网店的建设，网店的宣传，进货，销售，物流等诸多环节。为了对网店的建设做到统筹兼顾，必须有一份完整的，可执行性强的营销策划书。这次网络营销策划的目的就是指导小芳的网店的建设。完成商店从街道店面到虚拟网络的成功转型。

三、网络营销环境分析

网络营销环境可以从以下几个方面来分析：

个人情况：

1、人力资源

2、个人实力

3、客户资源

4、其他

社会环境：

1、网络环境

2、物流环境

3、网络信用

4、市场环境

5、其他

首先，分析一下网络营销环境中的个人情况。

人力资源状况。

小芳以这个店面作为自己的主要事业，因此是主要的人力资源。我在南昌工作稳定，空闲时间较多，也可以帮忙打理店铺。再加上南昌有很多所大学，我们可以在离学校近一点的地方租1个店面，这要如果需要的话也方便招一些熟悉电脑知识，沟通能力比较强的在校大学生做兼职，在业务量大的时候可以缓解一下人力资源不足的局面。因此人力资源这一块还是没有多大问题的。

个人实力状况。

小芳干服装这一行已经六年了，对这一行比较熟悉。当初就是因为自己给自己的服装店找到了好的市场定位，再加上自己在进货这一方面的经验才使自己的店铺经营的很好。再者，小芳在东莞这个繁华的大都市打拼了六年，也积累很可观的一笔资金，完全可以满足开网店的资金需要。社会经验也比较足。因此在这一块没有问题。然而，由于小芳长期忙于自己的店面，很少有时间接触电脑知识的学习，因此小芳的电脑知识很匮乏，对于网店的操作流程也一窍不通，网络市场的推广，网络广告的投放，这些她都不太清楚。这也是制约小芳网店建设的1个难题。

客户资源

客户资源是小芳开网店1个很重要的筹码，以前在东莞开实体店的时候，由于商品的质量可靠，款式新颖，售后服务也很周到，因此积累了一批忠实的顾客。虽然自己的店开到网上去了，但小芳可以肯定的是，还是会有很多以前的顾客会经常光顾的。这给了小芳很大的信心。

进货方面小芳也有很多的渠道，也可以称为自己的客户。以前进货的商家，现在仍然可以继续合作。这样就避免了重新寻找进货渠道的麻烦，而且由于是老顾客，在进货价格方面可以得到比较多的优惠，这样自己在价格方面也能取得一定的优势。

其他方面

小芳的仓库中积压了大批的商品，这是1个令人头痛的问题。如果运到南昌来，则要支付1大笔运费。如果就地处理，一是要花比较长的时间，而是可能要面临亏本买卖的风险。这个问题将在后面的策划中解决。

网络环境

现在的网络比以前热闹许多，一方面各种各样的网上购物网站如雨后春笋般冒出来，这样给小芳的网店建设带来了很多方便。但是另一方面，俗话说：林子大了，什么鸟都有。网络上也出现了很多不安全的因素。比如说网络黑客，网络病毒，网络诈骗。这些都会对网点的建设造成威胁。

物流环境

现在国内的物流环境还是比较好的。虽然说中国邮政还是老样子，但是令人欣慰的是最近几年国内出现了好几个比较有名，值得信赖的私营物流公司。再加上国外一些物流公司的加入，物流这一块还是没有多大问题的。

网络信用

在网上购物，面临的首要问题便是商家和顾客之间的1个信用问题。由于是在虚拟的网络中进行交易，这增加了商家和顾客之间的信用风险。好在随着支付宝等一些第三方支付公司的发展，信用问题得到了比较好的解决。

市场环境

虽然说网上开店竞争比较激烈，但网上开店，自己的市场也扩展到了全国范围。因此，只要自己能做好，还是有利可图的。

三、具体的实施方案

3、1网上开店的载体选择。

由于淘宝在国内的影响力名列第一，网店管理也比较方便，而且还是免费的，因此我们选择在淘宝上开设自己的服装店。

3、2网店的装饰。

网店装饰是1个比较重要的环节，因为这将决定1个浏览者对网店的第一印象，装饰精美的网店往往能将更多的潜在顾客转化成实际顾客。因此，我们决定请专业的网页美工人员帮我们设计网店的整体形象。以便吸引更多的顾客。

3、3接下来要做的就是进货和商品上架了。

进货是小芳的强项，这里就不用多说了。在这里我们要解决小芳东莞实体店的库存积压问题。我们决定留下东莞那边的仓库，以便存货。在那边雇佣1个仓库管-理-员，帮忙发货和管理货品。先将那边的库存商品上架到网店上，进行强力打折销售，这样可以作为新店开张的一项重要的促销活动，增加网店的人气。那边的仓库又可以作为1个发货点，这样即可节约物流时间和费用。商品上架也要注意：不要一味以库存商品上架，这样有损网店形象，让人以为这就是1个卖廉价衣服的网店。

3、4网店开张宣传

网店宣传时这次策划的绝对重点，也是1个网店生意好坏的重要因素。再好的店没有宣传也是难以取得好的业绩的。网店的宣传主要采用以下几种方式：

网络广告宣传。选择一些网站，挂新店开张广告宣传，也就是采用网络广告的形式。这样网站的选择就显得非常重要了。网站首推淘宝，因为淘宝日访问量本来就很大，再加上是在淘宝开店，可信度就很高，点击广告的都是打算在网上购物的有需求的潜在顾客，效果应该很明显。其次应该选择一些为人们提供新店开张，商品打折信息类的网站，这些网站本来就需要新店开张的信息来充实他们网站的内容，而且通过这些网站链接到淘宝，顾客转化率也比较可观，作为网店的推广很合适。

3、4、1email宣传。

通过email宣传也是一条很重要的途径。我们可以通过购买外部邮件列表(当然这些邮件列表应该是网上购物类网站所提供的)，然后通过专业的邮件服务提供商来帮我们发送。在这里，邮件的内容也是1个应当注意的环节。邮件内容要突出重点，就是新店网址和新店开张的打折活动，前多少名购买商品的顾客应该提供一定价值的礼品。要注意内容的真实性和可信性。

3、4、2即时信息宣传。

可以通过阿里旺旺和qq中的群聊功能进行宣传。这也是1种不错的宣传方式。加入阿里旺旺群和购物类的qq群，然后在群里发布新店开张的信息，这样也能起到比较好的宣传效果。在群里发信息的时候要注意礼貌用语，语气真诚。获得群内好友的信任守键。

3、4、3论坛宣传。

可以在猪八戒等一些威客网站发布任务，任务的内容便是要求威客们到国内各大购物类网站的论坛中发布新网店开张，商品强力打折的帖子。按照目前的价格，发布1个这样的帖子价格在1元钱左右。因为发布帖子要注册之类的，而且每个威客不能在同1个论坛里发2个贴，很麻烦。也许你认为500块钱是不是只能发500个贴呢，这是错的。按每个威客发5贴算，500块可以召集100名威客。但实际情况是，也许有200名威客去做了你的任务，也就是发了1000个贴。因为威客都是先做任再交的，只有任务通过的威客才能得到赏金。如果运气好的话，可以发更多的帖，所以是很经济实惠的1种宣传方式。但不能保证宣传质量。

3、4、4传统宣传。

就是采用传统的发传单方式进行宣传。在此不再赘述。对于东莞的那些老顾客，可以像题目中说的一样，在原先的店面做1个大的广告，告诉顾客们店面已搬到淘宝，并提供网店名称和网址。但是我有1个更稳妥的办法，就是在关闭门面前的几个月，开始向来店里购物的客户发印有网店名称和网址的卡片，这样可以更好的替网店进行宣传。

3、5联系物流公司

网上购物的1个特有流程就是需要通过物流公司把商品送到顾客手里，物流费用也是项不小的开支，因此很有必要和物流公司建立长期的合作关系，达到降低物流成本的目的。同时，物流公司也很乐意和这种大的客户合作，在价格方面也愿意做出让步。因此，这因该不是一件很困难的事情。但是要注意，不要一味贪图便宜而忽略物流公司的服务质量。由于物流公司的过失而导致丧失网店信誉，失去顾客信任将是1个很严重的问题。

3、6进入网店的运营阶段

做好以上工作后，基本上即可进入网店的运营阶段了。网店的运营过程中一定要讲诚信，不能言而无信，更不能出售假冒伪劣产品，应该具备长远的眼光，准确把握市场潮流，找准网店的市场定位，善于和顾客保持长期联系，有可能的话建立自己的内部邮件列表，定期向顾客发送一些商品打折，新品上架之类的信息。让顾客觉得自己受到重视，这样才可以建立起顾客的忠诚度，让自己的网店蒸蒸日上。

3、7长远规划

开1个网店，不能只满足于眼前的利润，还应该有网店长远的规划。在淘宝开店，终究要受到很多淘宝规则的约束，比如说网店很大程度上要按照淘宝的模板来建设，这样就会限制网店的发展。因此，当积累了一定规模的客户群体后，即可考虑建立自己的网络商店站点了。甚至可以扩展销售商品的范围，不再是单一的销售服装。但是进入这一行还是有很大的风险的，相当于要跟当当网之类的网站竞争。得具备充足的条件才行。这是后话了。

四、结束语

要想获得爱情和事业的双赢是一件既简单又困难的事情。它的简单之处在于网络给我们提供的便捷，它的困难之处在于实施过程中的确定因素太多了，再加上小芳计算机方面的知识过于缺乏，这给她的网店之路设置了诸多的障碍。但是，我相信，只要有一颗不怕困难，不怕的失败，敢于创新的心和诚实守信的品质，我们一定可以披荆斩棘，在竞争激烈的网上购物市场中杀出一条血路。赢得爱情与事业的双丰收!

**精选网络营销工作计划范文汇总六**

甲方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

法人代表：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

地址：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

电话：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

传真：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

乙方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

法人代表：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

地址：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

电话：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

传真：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

签订地点：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

签订日期：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

甲、乙双方，经友好协商一致，就甲方委托乙方进行网络营销事宜达成以下协议。双方申明，双方都已理解并认可了本合同的所有内容，同意承担各自应承担的权利和义务，忠实地履行本合同。

第一条推广项目基本情况

1.网址url(填写全称，如：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_www. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_)

2.标题(中文少于15个字，一般为公司名称，最好包含关键字;英文少于40字符，即5个左右英文单词)

3.描述(以一两句话进行简述，重要内容靠前放)

4.关键词

第二条 项目金额及付款方式明细

1.中文网址：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_个×\_\_\_\_\_元/个=\_\_\_\_\_元;

英文网址：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_个×\_\_\_\_\_元/个=\_\_\_\_\_元;

其它：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_。

费用总计：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_。

2.付款方式

本合同涉及总金额为人民币\_\_\_\_\_元，合同签订后3日内，甲方将以上款项全部支付乙方并将付款凭证传真至乙方。

第三条 推广工作进度

1.乙方应在收到甲方支付的款项后\_\_\_\_\_个工作日内开始推广项目工作;

2.乙方应在收到甲方支付的款项后\_\_\_\_\_个工作日内达到服务标准(相关服务标准见附件)。

3.由于甲方原因造成的乙方推广项目工作不能达到服务标准，应由甲方承担责任。

第四条 合同期限

本合同有效期为\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日至\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日，经双方协商一致，可以延长该期限。

第五条双方的基本权利和基本义务

5.1 甲方的权利和义务

5.1.1根据本合同项目的实际需要和乙方的要求提供协助并提供有关的材料等，甲方保证所提供的所有资料完整、真实、合法。

5.1.2 甲方应向乙方提供必要的资料和协助以达到本合同规定的推广目的并派专人负责与乙方联络、协调。

5.1.3 保证本合同涉及推广项目符合国家法律规定和社会公共利益，并且在本合同履行过程中不会发生实质性显著变化。

5.1.4对违反5.1.1和5.1.3的要求而引起的问题以及产生的影响、后果承担全部责任。

5.1.5保证委托乙方进行的推广项目自身不会侵犯任何第三方的权利;若发生侵犯第三方的权利的情形，由甲方承担全部责任，乙方在推广过程中的行为造成侵犯第三方权利的除外。

5.1.6按本合同约定的付款方式和时间及时向乙方支付合同费用。

5.2 乙方的权利和义务

5.2.1 按照甲方提供的材料按时完成本合同规定的网络营销工作并于每月 \_\_\_\_\_\_\_\_日提交推广工作的实施报告。

5.2.2 对网络营销工作成果进行跟踪检查以确保其有效性。

5.2.3可以根据甲方的要求帮助甲方举办培训和技术咨询，具体的操作方式及费用双方另行签署协议确认。

5.2.4乙方承诺在履行合同时不进行有损甲方形象、声誉等的行为。

5.2.5除非事前经甲方书面同意，否则乙方应当自己完成本合同项下的各种服务工作，不得将工作的一部分或全部分包给任何第三方。乙方如确有需要须将本合同项目有关内容委托第三方进行的，应事先获得甲方书面同意并保证甲方在本合同中的利益不会受到不利影响。

5.2.6作为专家，乙方有义务就网络营销方面发现甲方存在的问题，主动提出解决方案与建议，而不会为节约时间成本不主动告知。

5.2.7乙方有义务为甲方相关人员解答各类网络营销方面的疑问与咨询。

第六条 知识产权和保密责任

6.1 双方使用的所有硬件、软件、程序、密码、商品名、技术、许可证、专利、商标、技术知识等皆归各方所有权人所有，不存在任何权利瑕疵，另一方及第三方对于此无任何权利或利益。

6.2 双方均有对其从对方获取或知悉的、合同对方的业务信息、技术资料等非公开信息均(以下统称\"保密信息\")予以严格保密，法律法规另有规定的除外。除非一方书面同意，另一方不得为履行本合同之外的目的直接或间接地使用保密信息或向任何第三方透露传播转让或允许任何第三方使用保密信息。

6.3保密信息之披露

任何一方在下列任一情形下披露保密信息不视为违反本合同：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

6.3.1 该信息在披露时已为公众所知悉

6.3.2 该信息根据另一方事先书面同意而披露

6.3.3 一方按照对其有管辖权的政府司法等部门依据我国法律法规执行公务时的要求而披露，前提为披露之前一方先以书面形式将披露的商业秘密的确切性质通知另一方。

6.4不论本合同是否变更、解除、终止，本条款下的保密义务对合同双方均持续有效。

6.5任一方不按本条款规定承担保密责任的，违约方需向对方承担由此造成的全部损失。

第七条 违约责任

7.1 甲方未按合同约定的付款方式和时间及时向乙方支付合同费用，每逾期一天，应向乙方支付逾期付款部分金额的千分之五作为滞纳金。

7.2如果乙方延期开展相应的服务或提供瑕疵服务，乙方应当承担由此给甲方造成的损失。

7.3 违反本合同其他条款，给另一方造成损失的，违约方应向非违约方赔偿损失并继续履行合同。赔偿损失额应相当于因违约方所造成的损失。双方均有过错的，应根据各方实际过错程度，分别承担各自的违约责任。本合同其他条款对违约责任另有约定的，从其约定。

7.4一方变更通知、通讯地址或其他联系方式，应在变更之日起十日内，将变更后的地址、联系方式通知另一方，否则变更方应对此造成的一切后果承担责任。

第八条 合同的解除与终止

8.1 双方应本着诚实信用的原则履行本合同。任何一方在履行中采用欺诈、胁迫或者暴力的手段，另一方可以解除本合同并有权要求对方赔偿损失。

8.2 任何一方在履行中发现或者有证据表明对方已经、正在或将要违约，可以中止履行本合同，但应及时通知对方。若对方继续不履行、履行不当或者违反本合同，该方可以解除本合同并要求对方赔偿损失。

8.3 因不可抗力或者其他意外事件使得本合同的履行成为不可能、不必要或者无意义的，任一方均可以解除本合同。因不可抗力造成合同一方不能按时履行合同的，该方履行期限可相应顺延，对此造成的损失，合同双方均不承担责任。受不可抗力影响而不能按时履行的一方，应当在不可抗力发生后的10天内以传真或其他书面方式通知合同对方当事人，并积极采取适当措施防止损失扩大，并提供有关权威机构的有效证明。

8.4 任意一方无正当理由擅自提前解除本合同，给对方造成损失的，另一方有权要求赔偿;甲方无故提前解除合同的，无权要求乙方返还已支付的费用并应对乙方遭受的损失承担赔偿责任;乙方无故提前解除合同的，应返还已支付的费用并应对甲方遭受的损失承担赔偿责任。本合同其他条款对合同的解除另有约定的，从其约定。

8.5 订立本合同所依据的客观情况发生重大变化，致使本合同无法履行的，经双方协商同意，可以变更本合同相关内容或者终止合同的履行。

第九条 法律适用与争议解决

9.1 法律适用

本合同的订立、解释、履行、效力和争议的解决等均适用中华人民共和国法律。

9.2 争议解决

双方当事人对本合同的订立、解释、履行、效力等发生争议的，应友好协商解决;协商不成的，提交甲方所在地人民法院诉讼解决。

第十条 其他

10.1 本合同所称不可抗力、意外事件是指不能预见、不能克服并不能避免且对一方当事人造成重大影响的客观事件等不得已情况，基础电信业务经营者电信线路服务中止，自然灾害如洪水、地震、火灾和风暴等以及社会事件如战争、动乱、政府行为等。

10.2本合同签订后，经双方当事人协商一致，可以对本合同有关条款进行变更或者补充但应当以书面形式确认。上述文件一经签署，即具有法律效力并成为本合同的有效组成部分。

10.3本合同经双方授权代表签字并盖章后生效。

10.4 本合同一式两份，双方当事人各执一份，具有同等法律效力。

甲 方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

法定代表人(签章)：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

地 址：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

电 话：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

签订时间：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_年 \_\_\_\_\_\_\_\_月 \_\_\_\_\_\_\_\_日

乙 方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

法定代表人(签章)：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

地 址：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

电 话：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

签订时间：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_年 \_\_\_\_\_\_\_\_月 \_\_\_\_\_\_\_\_日

**精选网络营销工作计划范文汇总七**

一、网络营销推广部分

i. 网络直销

开通淘宝、阿里巴巴、慧聪、qq、中关村在线等直销，在线平台销售条码扫描枪，打印机，数据采集器等

ii. 行业网站

对已经开通的行业，删选出20-30个效果较好，重点维护，及效果评估，回复客户留言等。开拓中欧行业网站，主要推广物联网产品，及其解决方案推广，提高新公司的影响力。

iii. 邮件营销

首先，收集整理高质量的客户邮件列表，制作月刊，制作出公司产品尽量全的专题，方便以后对不同的需求的客户进行推广，并推广邮件的到达率进行跟踪，对客户邮件进行分类，每月发布1600条月刊信息

iv. 博客微博

1、发布并更新企业、公司或个人的相关概况及信息

2、密切关注并及时回复平台上客户对于企业或个人的相关疑问以及咨询

3、帮助企业或公司零成本获得搜索引擎的较前排位，以达到宣传目的的营销手段

4.可以通过博客发布产品信息，进行推广。微博可以实时的对行业网发布的产品信息，分享到各大微博(qq、新浪、搜狐、人人、开心等)，建立起与本行业相关的粉丝群体，加入相关的微博群

v. 企业网站

维护公司网站，添加新闻，产品，解决方案，进行关键字优化，点击量统计等

vi. 在线咨询客服

每天qq、qq群、阿里、企业网站客服上线，答客户咨询问题

vii. 企业网站优化和竞价部分

定期对企业网站的关键字进行优化，根据市场销售的计划调整来安排选关键词，对行业网站产品的标题及其内容进行优化。 配合销售，选择的词的热度不能太热，避免无效点击。

viii. 搜索云推广

1年6800 可推广100关键字，将企业的信息，以分类行业信息的形式排在各引擎的首页

ix. 彩页、月刊、名片等推广

x. 付费类行业网站

对之前免费的行业网站，挑选出1-2家，开通会员服务。

二、 效果验证

ii. 电话量统计：针对每月的电话来访量进行登记。 关键字排名：定期对所推广的涉及到企业产品信息的关键字搜索引擎排名情况，包括企业自身网站的关键字排名以及行业网站发布的精准产品信息的排名情况。

iii. 网站点击量：企业网站点击率，行业网站具有统计功能的网站的点击率的统计

iv.

v. 邮件效果：每月所发送的邮件，看客户的反应及其回复率 在线咨询量：通过统计qq、qq群、淘宝、慧聪、阿里、微博、行业网站留言等，与顾客在线沟通。

三、 客户统计

每月对电话来访客户、网上咨询客户、邮件回复客户、行业网站询价客户的具体信息进行统计。

四、 意向客户信息整理

对之前咨询的客户进行报价及后期跟踪，筛选出成单机会大的客户，进行重点跟踪，维护好客户关系。

五、 大客户项目

在已有的客户中，选出产品需求大的，效益好的客户进行重点关系维护。

六、 达成的交易量

看具体情况

**精选网络营销工作计划范文汇总八**

网站推广方案是网络营销计划的组成部分，制定网站推广方案本身也是一种网站推广策略，推广方案不仅是推广的行动指南，同时也是检验推广效果是否达到预期目标的衡量标准。所以，合理的网站推广方案也就成为网站推广策略中必不可少的内容。网络营销计划包含的内容比较多，如网站的功能、内容、商业模式和运营策略等，一份好的网络营销计划书应该在网站正式建设之前就完成，并且为实际操作提供总体指导。网站推广计划通常也是在网站策略阶段就应该完成的，甚至可以在网站建设阶段就开始网站的“推广”工作。

与完整的网络营销计划相比，网站推广计划比较简单，然而更为具体。一般来说，网站推广计划至少应包含下列主要内容：

1、确定网站推广的阶段目标。如在发布后1年内实现每天独立访问用户数量、与竞争者相比的相对排名、在主要搜索引擎的表现、网站被链接的数量、注册用户数量等。

2、在网站发布运营的不同阶段所采取的网站推广方法。如果可能，详细列出各个阶段的具体网站推广方法，如登录搜索引擎的名称、网络广告的主要形式和媒体选择、需要投入的费用等。

3、网站推广策略的控制和效果评价。如阶段推广目标的控制、推广效果评价指标等。对网站推广计划的控制和评价是为了及时发现网络营销过程中的问题，保证网络营销活动的顺利进行。

下面以案例的形式来说明网站推广计划的主要内容。实际工作中由于每个网站的情况不同，并不一定要照搬这些步骤和方法，只是作为一种参考。

案例：某网站的推广计划(简化版)

这里将一个网站第一个推广年度分为4个阶段，每个阶段3个月左右：网站策划建设阶段、网站发布初期、网站增长期、网站稳定期。某公司生产和销售旅游纪念品，为此建立一个网站来宣传公司产品，并且具备了网上下订单的功能。

该网站制定的推广计划主要包括下列内容：

1、网站推广目标：计划在网站发布1年后达到每天独立访问用户20\_\_人，注册用户10000人;

2、网站策划建设阶段的推广：也就是从网站正式发布前就开始了推广的准备，在网站建设过程中从网站结构、内容等方面对google、百度等搜索引擎进行优化设计;

3、网站发布初期的基本推广手段：登录10个主要搜索引擎和分类目录(列出计划登录网站的名单)、购买2-3个网络实名/通用网址、与部分合作伙伴建立网站链接。另外，配合公司其他营销活动，在部分媒体和行业网站发布企业新闻。

4、网站增长期的推广：当网站有一定访问量之后，为继续保持网站访问量的增长和品牌提升，在相关行业网站投放网络广告(包括计划投放广告的网站及栏目选择、广告形式等)，在若干相关专业电子刊物投放广告;与部分合作伙伴进行资源互换;

5、网站稳定期的推广：结合公司新产品促销，不定期发送在线优惠卷;参与行业内的排行评比等活动，以期获得新闻价值;在条件成熟的情况下，建设一个中立的与企业核心产品相关的行业信息类网站来进行辅助推广。

6、推广效果的评价：对主要网站推广措施的效果进行跟踪，定期进行网站流量统计分析，必要时与专业网络顾问机构合作进行网络营销诊断，改进或者取消效果不佳的推广手段，在效果明显的推广策略方面加大投入比重。

这个案例并不是一个完整的网站推广计划，仅仅笼统地列出了部分重要的推广内容，不过，从这个简单的网站推广计划中，我们仍然可以得出几个基本结论：

第一，制定网站推广计划有助于在网站推广工作中有的放矢，并且有步骤有目的地开展工作，避免重要的遗漏。

第二，网站推广是在网站正式发布之前就已经开始进行的，尤其是针对搜索引擎的优化工作，在网站设计阶段就应考虑到推广的需要，并做必要的优化设计。

第三，网站推广的基本方法对于大部分网站都是适用的，也就是所谓的通用网站推广方法，一个网站在建设阶段和发布初期通常都需要进行这些常规的推广。

第四，在网站推广的不同阶段需要采用不同的方法，也就是说网站推广方法具有阶段性的特征。有些网站推广方法可能长期有效，有些则仅适用于某个阶段，或者临时性采用，各种网站推广方法往往是相结合使用的。

第五，网站推广是网络营销的内容之一，但不是网络营销的全部，同时网站推广也不事立的，需要与其他网络营销活动相结合来进行。

第六，网站进入稳定期之后，推广工作不应停止，但由于进一步提高访问量有较大难度，需要采用一些超越常规的推广策略，如上述案例中建设一个行业信息类网站的计划等。

第七，网站推广不能盲目进行，需要进行效果跟踪和控制。在网站推广评价方法中，最为重要的一项指标的网站的访问量，访问量的变化情况基本上反映了网站推广的成效，因此网站访问统计分析报告对网站推广的成功具有至关重要的作用。

**精选网络营销工作计划范文汇总九**

中国是茶的故乡，是茶文化的发祥地，云南普洱独特的普洱茶也早已蜚声国内外。普洱茶的发现和利用，在中国已经有几千年的历史了，而且它长盛不衰，传遍全球。普洱茶已成为全国乃至全球最大众化、最有益于身心健康的绿色茶饮了。普洱茶独具韵味，提倡\"天地人茶一体\"。

1、 网络市场前景分析

1）淘宝等综合型网络b2b交易平台发展迅猛。

2）茶企网站正逐步向综合型的电子商务网站转移。

3）茶叶行业门户网站的逐步崛起，专业性逐渐提高。

国内电子商务经过近10年的不断发展，已经形成了很大的规模，目前的网民数量已经达到世界第一。网络的便捷已经深入人们的学习工作生活当中，网购早已经成为人们的日常生活活动之一。据中国互联网络信息中心(cnnic)统计报告显示，截至20xx年8月30日，中国网民已突破5亿。其中网络购物的用户规模在经济危机中强势前行，达到1亿。国内某大型c2c网站数据统计，20xx年上半年交易金额达1000亿元。某大型茶业论坛调查显示，有55%以上的茶友愿意选择网上购买茶叶。目前，网络销售的平台主要有综合型网络交易平台、企业品牌网站、行业门户网站等。

2、 网络市场机会分析

1) 网上零售机会

2) 网上批发机会

3) 网上国际贸易机会

互联网的广泛应用孕育着无限商机。既然其它行业应用互联网已相当成功，那么茶叶行业同样具有相当的发展潜力。

3、 网络市场风险分析

1)标准化

标准化问题一直是制约茶业行业发展的一个重大问题，在网络营销中尤为明显，茶叶是一种饮品，口感和韵味变化多端，文字描述往往千篇一律，很难体现出本身商品的特点。为了解决这一困扰，现在很多商家都推出货到付款，包退服务。

2)诚信

诚信问题不仅是茶叶网络营销的绊脚石也是整个网络营销的严重阻碍，淘宝网为了解决诚信问题推行了信誉等级评价制度，投诉机制，消费者保障服务等措施。但随后又出现了新的问题，信誉可以通过钱买到，网络销售投诉取证困难。

目前业内人士认为，解决的最好方式是配合终端实体门店加以宣传，以过硬的产品质量和优质的服务赢得信用。另一方面，企业品牌本身也是一种诚信，茶企业的品牌建设为网络营销打下了良好的基础。

3)品牌优势与价格体系

品牌茶企凭借本身的品牌知名度和美誉度，在推广网络营销上，阻力相对较小。

知名茶企发展网上零售有如下的优势：（1）品牌优势。开展网上零售，知名的品牌能较大程度地解除网上消费者的顾虑，从而将品牌优势延伸到网上零售上，利用无形资产获得很大的发展空间。（2）终端优势。连锁店的门店分布较广，因此在配送方面更有成本与效率的优势。（3）品种优势。每个连锁店或加盟店的店面面积有限，因此产品种类非常有限。但是，网上则可以提供几乎无限多的品种，丰富的产品线能满足不同消费需求的顾客。

1、顾客需求特征

通过调查，茶叶的适用人群分析：

1)运动量大的人，体力消耗多的人，想延年益寿的人

2)运动量及劳动量少的人，瘾君子、嗜酒者、减肥、降血脂肪动脉硬化、工作压力大、抗癌者

3)用脑过渡者、脾胃属嘘寒者、较少劳动者

4)嗜吃肉类的人、运动过后的人、减肥美容

5)中年老人

2、市场细分情况

1)茶叶市场的划分意义

①依社会制度

②依茶叶流通区域

③依竞争程度

④依茶叶产品

⑤依买卖

2)茶叶市场细分策略

①无差异性细分化茶叶市场策略

②差异性细分化茶叶市场策略，这种策略同中求异

③密集性细分茶叶市场策略

3、网络公司（网店）定位

1)茶叶目标市场的确定

确定茶叶目标市场，必须根据主观条件，在对茶叶市场情况进行调查和分析的基础上确定的，然后要对茶叶市场细分，同时要深入比较和分析各个细分市场的特点，预测需求的趋势。

2)茶叶市场细分化策略的选择

①企业状况：主要包括企业的资金，经营管理的知识，经营人员的专业水平和经营设施等，当前主要采取密集型茶叶市场策略

②茶叶商品特性：根据不同茶叶商品的特性，而采取不同的策略

③消费需求的类似性：茶叶市场消费需求差异较高时，则采取差异性茶叶市场策略或密集性茶叶市场策略

④茶叶市场寿命周期：商品处于投入期或成长期，则采取无差异性茶叶市场策略；茶叶商品进入成熟或衰退时期，则采取差异性茶叶市场策略

⑤茶叶市场的状况：如果竞争对手较强，采取差异性或密集型茶叶市场策略；如果竞争对手较弱，可采取无差异性茶叶市场策略

1、产品策略（顾客策略）

在不断的经营发展过程中我们会及时的调整产品策略，即使根据市场的需求状况和需求层次差别调整经营产品的层次与方向，在不同口味的茶叶产品中茶中不断的择优销售，同时加强对单一产品不同档次的市场开发。

2、价格策略（成本策略）

网上商店与实体店铺有一个很显著的差别就是全部店铺在瞬间就能显示在顾客面前，顾客比较的空间非常的大，而要吸引住顾客的眼球除了鲜明的产品信息外，价格是一个非常重要的因素。

将产品的价格定价为中高价位、高品质。在这里要强调的是中价位绝对不是低档次，

这才能加强产品的市场竞争力。

当然这样做不意味着抛弃了利润，恰恰相反这样做的价格能打开市场，限定销量，实现利润最大化。

3、渠道策略（沟通策略）

无论是产品策略的定位还是产品的服务，市场的计划归结于一体就是实现产品的销售，网上商店的销售与实体店铺是有很大的差别的，所以根据实际情况制定不同的销售宣传策略，集现代化的网络营销手段，实现利润的最大化。将通过论坛、淘宝等多种交流平台提升店铺的人气，有了大的人气就如同实体店选择了一个黄金地段。

4、促销策略（方便策略、服务策略）

促销无可置疑是一种重要的迅速增加销量，实现利润的手段，我们将通过自己的参赛博客、网店空间以及淘宝组织的各项活动及时实现促销信息的发布，这一种信息的发布要求我们要做到专业与广泛，及自己所能的向顾客展示，无论是直接顾客还是间接顾客，促销活动的开展有助于将潜在顾客转化为直接顾客，实现促销真正目的。

1、确定网站类型

网站在诉求风格上有理性诉求和感性诉求及综合型三种。确定茶叶网络营销的网站为理性诉求型。

2、 网站的整体定位

强调理性诉求的网站，以事实为依据，以茶叶产品为核心，通过茶叶产品，突出企业特点，进行营销活动，着力点在茶叶产品的视觉冲击力和吸引力。建立该网站在对茶叶产品方面应不惜笔墨，以理性诉求确立其营销地位，力求在顾客心中营造一种拥有优质茶叶的氛围，从而产生对企业的信任感。

3、 网站建设方案

1)设计开发

2)售后服务

3) 网站服务器介绍

4)系统建设服务报价

4、 网站的主要营销功能

1)使企业从劣势走向强势

2)强化营销目的

3)有利于企业更好地进行市场定位

4)使企业营销活动变得有计划

5)能在一定程度上降低营梢费用

5、 网站的内容策略

1)设计新颖独特的个性签名和头像

2) 网店装修突出个性风格

3)店铺名字突出主营业务

4)友情链接

5)加入商盟。

6)搜索几率高的宝贝关键字。

7)橱窗推荐。越接近下架的宝贝就越放在前面，要尽量把推荐位都留给要下架的宝贝。

8)把性价比高的、独特的产品放在宝贝推荐位上。

9) \"红包\"、\"一元拍\"可以提高店铺浏览量。

10)设置旺旺的自动回复时，可以简短的介绍一些自己新上架的宝贝或特色宝贝，吸引顾客参观。

11)鼓励老顾客或朋友把店铺的产品秀出来，在相关产品的描述里插入链接。

12)多发布新品。

13)多开分店。链接回主店，从而达到增加浏览量，但不能经营相同的商品。

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！