# 最新网站推广方案策划抖音 网站推广策划方案(汇总11篇)

来源：网络 作者：水墨画意 更新时间：2025-05-21

*当面临一个复杂的问题时，我们需要制定一个详细的方案来分析问题的根源，并提出解决方案。怎样写方案才更能起到其作用呢？方案应该怎么制定呢？下面是小编帮大家整理的方案范文，仅供参考，大家一起来看看吧。网站推广方案策划抖音篇一根据专业网络广告预测机...*

当面临一个复杂的问题时，我们需要制定一个详细的方案来分析问题的根源，并提出解决方案。怎样写方案才更能起到其作用呢？方案应该怎么制定呢？下面是小编帮大家整理的方案范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

**网站推广方案策划抖音篇一**

根据专业网络广告预测机构iresearch的统计，20xx年中国网络广告市场规模已达到10、8亿元，比20xx年的4、9亿元增长120%。未来3年中国网络广告市场规模将达到18亿元、27亿元和40亿元。专家预见，未来的网络广告将与电视广告占有同等地位的市场份额。

某个企业感兴趣，仅需轻按鼠标就能进一步了解更多、更为详细、生动的信息，从而使消费者能亲身“体验”产品、服务与，让顾客如身临其境般感受商品或服务，因此，网络广告又具备强烈的交互性与感官性这一优势。

网络广告是投入较大，效果明显的网站推广方式之一。广告投放对象选择要符合网站访问群特征，并根据网站不同推广阶段的需要进行调整。针对网站的特点，我们制订了相应的网络广告投放计划。

广告投放对象：网站是一个吸引和准了解和参与网站活动，在时尚和娱乐互动过程中进行传播的网站，它所面对的受众主要为和准，他们是一群热爱生活、热爱互联网，喜欢接受新事物、敢于尝试的年轻人。针对网站的受众特点，我们将网络广告投放对象选择为娱乐网站、时尚资讯网站、导航网站、地方门户网站和行业资讯网站等。

广告投放办法：网站的网络广告投放分两个步骤来进行，整个网络广告以积分换取奖品为主线。

第一个步骤为网站发布之际，在各类目标网站投放“庆祝本站站上线，注册会员，换取积分赢大奖活动”广告，吸引网民访问网站，并注册成为会员。

第二个步骤为分三个活动主题进行广告制作与投放，三个活动依次序投放广告并开展活动。（制作相应的广告页面，并引导网民访问网站的相关栏目和内容）。

投放周期：整个网站广告投放周期为三个月。

广告形式：根据网站的网络广告投放需要，我们将设计规划多种广告形式进行广告投放。主要广告形式有飘浮广告、banner广告、文字广告等。

效果评估：通过第一个月的“注册会员赢大奖”活动广告投放，将吸引大量网民访问网站并注册成为网站的会员；紧接着投放的三个网站活动广告，将进一步吸引网民参与到网站的活动中来，将深入植根到网民印象当中，各类活动开展地如火如荼，网站的知名度和访问量将进一步提升。

统计表明，网站60%的访问量来自各类搜索引擎，因此网站科学登录各大搜索引擎，是进行网站推广的重要内容。

确定网站关键词：网站全面登录搜索引擎，网民只需要搜索相关关键词即可显示出网站地址，并能点击进入。根据网站特色，我们为其选定的关键词为：、等。基于上述关键词，基本准确描绘出网站的基本内容。

登录各大门户网站搜索引擎：门户网站搜索引擎是许多普通网民搜索和发现新网站的重要途径，将网站根据科学选定的关键词进行网站登录，能够有效地提升网站的曝光率，快速呈现在普通网民面前。其中各大门户网站搜索引擎的“推荐登录”方式能够让网站具有较好的关键词搜索排名位置，是比较理想的登录方式。

登录google、百度等专业搜索引擎：google、百度等知名专业搜索引擎属于自动收录加关键词广告模式，每天有。能够被其自动收录，并在搜索相关关键词的时候具有较好的搜索引擎自然排名，这将极大的促进网站的营销推广和自我增值。我们通过做好网站的搜索引擎优化工作，促使网站自发布之日起，三个月内，能够在专业搜索引擎具有较为理想的排名，搜索相关关键词，网站能够排名前列。

此外，google、百度等知名专业搜索引擎也提供了点击付费模式的关键词广告。在网站发布初期，我们将在google、百度等知名专业搜索引擎投放关键词广告。根据网站活动开展过程选择相应的关键词投放广告，精确锁定网站的目标访问群，能够有效提高网站的访问质量。如投放在时尚、运动、休闲、礼品、等关键词，另外定义广告宣传语，以吸引感兴趣的网民访问网站，参与到网站的各类活动中来。

网络实名是在浏览器地址栏直接输入网站名或关键词进行网站搜索和访问的一种方式，主要分企业实名、行业实名和网络排名等方式。每天有3000万人在使用网络实名访问网站，网站可根据网站自身特点，选择适合自己的网络实名，能够有效促进网站访问量提升和的主动传播，并且网民访问的针对性强，访问质量能够得到保证。

企业实名：选择注册同本站网站贴切或相关的网络实名，使访客能够无需记住网站域名，直接输入中文即可访问网站。

行业实名：选择注册通用或行业词汇，能够带来巨大的访问量，引导访客在输入相关通用或行业词汇就能够进入网站，扩大网站和知名度。如城市、运动、奖品、征文、流行、互动等。

系列活动通报：面向所有参加活动和对活动感兴趣的网民，及时通报活动情况

100个各类网站的友情链接，广泛征求链接互换，扩大网站外部链接活力，包括娱乐、资讯、地方门户、个人等网站的友情链接合作开展――就某个活动或某个阶段同地方门户、行业等网站就网站相关活动展开合作，借助合作伙伴的平台进行网站与活动推广公关软文推广――就网站上线、各类活动开展情况、网站营销心得等主题，撰写公关文稿，同相关地方门户、行业网站、网络媒体等合作，及时发布公关软文。

**网站推广方案策划抖音篇二**

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。

本公司以生产绿色的产品为主(包括绿色食品，绿色日用品，等绿色系列品)，创建于2025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(20\_\_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、市场营销的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

通过实施交互式的营销策略，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;

(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)怎么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)在公司的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)网站的推广是否有效;

(3)网上的客户参与度如何?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：

促进公司的内部信息化建设，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。

**网站推广方案策划抖音篇三**

网站平台上线后二到三个月内。

1、促进网站会员注册量。

2、促进网站手机游戏数量。

3、增加网站访问量。

4、增加网站原创作者数量。

5、条件成熟时，增加网站盈利收入。

6、增加中国移动用户wap流量收入。

1.游戏作者版权得到尊重，开发积极性增加

2.移动拥有手机专有配套开发团队

3.作者通过游戏获取知名度，以及获利

4.活动被多用户，多作者参与，移动获利

5.移动网站知名度被宣传

2、手机游戏原创作者、游戏生产商。以国内为主，国外生产商为辅。

一、针对网站会员（访问者）

1、“免费玩手机游戏，挣手机话费”为活动口号、主题进行推广活动。

2、“注册就送50元”为活动口号、主题进行推广活动。

二、针对游戏作者、游戏生产商

1、“免费宣传，免费推广，帮你赚钱”为活动口号、主题进行推广活动。

2、“您赚钱，我买单”为活动口号、主题进行推广活动。

1、“免费玩手机游戏，挣手机话费”：

凡是通过在本网站注册成为正式会员，并且在本站下载游戏后，凡免费玩本网下载的游戏，均可通过累积玩的时间累加积分。当积分达到1000分时，系统自动免费赠送10元移动话费。用户可自已充值话费，充值后，积分继续累加，不清零，并继续生效。达到不同积分，均有不同的手机话费赠送和其他礼物赠送。

此主题活动可促进访问者只在本网站下载游戏，并只能使用本网站下载的游戏登录后才能进行积分累加并获得手机话费赠送。

此主题可达到以下目的：

2、“注册就送50元”：

凡是在本网站注册成为正式会员，均可立即免费获得价值50元的游戏充值币，通过游戏币，可购买本网站提供的游戏装备及游戏里使用的金币等物品。

此主题活动可以将其他同类网站的访问者轻松吸引到本网站注册，访问。能很好的争取到其他网站的会员用户。

此主题可达到以下目的：

促进网站流量、网站知名度、网站美誉度、会员注册量、会员忠诚度、游戏生产商支持。

1、“免费宣传，免费推广，帮你赚钱”

凡是在本网站提交和发布游戏作品，均可以参加挣积分，换话费活动，此举可以鼓励网站会员更积极的下载和使用他们的游戏作品，为他们的游戏作品提供更多的消费者和扩大知名度及消费收入。

此主题活动可调动各游戏作者和游戏生产商的参与积极性和合作性，更能让这些生产商、作者在第一时间在本网站发布他们的新作品，提高本网站的作品数量和质量。在参与的开发商和作者达到一定数量时，可尝试与商家进行收入分成合作。

此主题达到以下目的：

促进网站游戏数量、提高网站在行业内知名度，拉拢更多游戏作者和游戏开发商、得到更多开发商技术支持，使网站与游戏联系更紧密。

2、“您赚钱，我买单”

我们以等值充值作为奖励，鼓励消费者和玩家更积极试玩商家游戏，消费者玩游戏时必然会进行游戏内金币和装备购买，此间产生费用完全是游戏作者和开发商所得，而他们并不需要为游戏推广和宣传支付一分钱，却能得到本网站平台强势宣传推广。此举能大大吸引全国各大游戏作者和开发商的开发热情及参与热情，更积极投身于活动中来。让本站在手机游戏行业内短期达到权威和知名度。

此主题达到以下目的：

促进网站游戏数量、提高网站在行业内知名度，拉拢更多游戏作者和游戏开发商、得到更多开发商技术支持，使网站与游戏联系更紧密。

1、网络宣传推广：

可选择目标消费群爱去的一些专业性网站进行宣传和推广。

2、地面活动推广：

可选择成都电脑一条街进行路演，提高本地影响力和吸引力，促进消费者参与热情和积极性。

1、设计宣传稿和宣传广告。

2、分配工作，落实细节。

3、活动地点，设备准备。

4、广告物料准备。

此活动方案适合在网站建设初期进行活动执行，以达到快速宣传，吸引会员，增加流量和提高知名度。

ps：此方案为初案，具体执行还需完善补充。

**网站推广方案策划抖音篇四**

企划思想

1.建立为失踪人口及相关服务的专业网站。

2.与各友情网站合作,在站上免费发布其相关的情况，以达到兄弟网站互相宣传和互相浏览的作用。

网站之间的互相宣传是很重要的,兄弟网站之间的链接可以起到网站之间的相呼应的作用。

3.自愿者可以在网站上获取失踪人口信息，并且可以按照里面的信息来为网站服务。

自愿者可以从网站中的人口失踪信息来做相应的服务。这样有助于自愿者的工作。

4.定期与全国的公安局取得联系，以此来获得最新的失踪人口详细资料。

与全国的公安局取得联系和及时的人口失踪信息更新。

在市场分析上我们需要注意以下几个问题

1.网站的功能作用

在网站采用新的开发系统后，一定会有新颖的内容会出现在网站中，新的页面效果及功能不仅可以吸引来访者，也可以给来访者提供娱乐休闲。

2.用户从网站有没有直接得到利益

用户从网站本身得到什么，是我们最为关心的，建立一个网站要知道本身的价值意义，就必须得让用户知道他们从中得到什么，这样才能体现出网站本身的意义。

3.网站需要的广告和客户

一个网站的广告能够给网站带来直接的利益，客户也是一种宣传力，可以让不了解的人了解，了解的人更深为了解。

(一) 战略步骤

第一阶段：建立网站,同时有选择的在几个或几十个城市建立分站点,并与各城市分站点建立合作伙伴关系,签定合作协议, 建立一个网站不仅只限于一个省份和一个城市，要想让搜人遍布全国，就只能撒开搜人的大网，网罗全国的省份和城市，让人\"无处可藏\"!

第二阶段：网站信息发布,通过各种手段建立客户群

网站信息的发布一定要用各种手段来建立自己的客户群体，只有更多的来访者，更多的会员才能支撑一个网站的正常运营。

第三阶段：在网站有了一定的知名度与搜人成功案例后，主动吸引大的网站注意力，最终获得以合理的代价与其合作。

在网站有了一定的知名度后，就要开始和大网站建立和谐的互助关系，互相宣传，以达到网站\"一夜成名\"的效果。

第四阶段：网站也有了一定数量的注册客户,网站的知名度也有相当大的提升之后网站的业务也可以有进一步的扩展.

注册用户多了以后，各种层次的人也会有了，这个时候不仅限于让搜人只搜人，应该有很多的新鲜内容加入进去，让整个网站变的不仅是个搜人网，更是一个集娱乐休闲听歌看电影的综合型网站。

(二) 网站运营方案之市场拓展原则

1.坚持以市场终端(浏览者)为首要的中心。

浏览者为核心，本着以客户的需求是我们的目标态度来做好网站，网站的内容要与客户互动。

2.商户合作者的选择应有一定的原则。

应该建立自己的原则，筛选出有资格和自己合作的商业伙伴，显示出，因为专业，所以专注的原则。

3.站点的建设应该符合网站的整体形象。

不管怎么样去修改网站的内容，都不能动网站整体风格和形象，这样会让人产生\"迷路\"的感觉，每天换个风格只会让人觉得网站不塌实。

根据网站的功能确定网站技术解决方案。

1、采用稳定、处理快速的南北互通的服务器(目前已经基本达到)。

2、选择操作系统，用unix,linux还是window20xx/nt。分析后在投入功能的开发、注重稳定性和安全性等。

3、采用系统性的解决方案(如ibm,hp)等公司提供的企业上网方案、电子商务解决方案?还是自己开发。

4、网站安全性措施，防黑、防病毒方案。

5、相关程序开发。如网页程序asp、php、jsp等数据库程序。我们推荐php，或者是asp为基础的成型发布系统。

1、根据门户网站的目的和功能策划网站内容。。

2、电子商务类网站要提供会员注册、详细的服务信息、信息搜索查询、个人信息保密措施、相关帮助等。

3、如果网站栏目比较多，则考虑采用网站编程专人负责相关内容。注意：网站内容是网站吸引浏览者最重要的因素，无内容或不实用的信息不会吸引匆匆浏览的访客。可事先对人们希望阅读的信息进行调查，并在网站发布后调查人们对网站内容的满意度，以及时调整网站内容。

1、网页设计美术设计要求，网页美术设计一般要与网站整体形象一致，要符合ci规范。要注意网页色彩、图片的应用及版面策划，保持网页的整体一致性。

网页的设计就由美工师来把关了，整体形象和规范一定要按照ci来，而且上下相呼应，图片和模块的摆放也有自己的特色和风格。

2、在新技术的采用上要考虑主要目标访问群体的分布地域、年龄阶层、网络速度、阅读习惯等。

不同的人都有自己的习惯，就象左撇子一样，所以我们要针对不同的年龄和网络速度还有阅读的习惯来选定一个适中的模式让人人都觉得看起来读起来都很舒服。

3、制定网页改版计划，如半年到一年时间进行较大规模改版等。

一个网站做成以后，大的修改最好不要太频繁，最好是一年一换，换的时候也不要把大的风格和色调破坏。

1、服务器及相关软硬件的.维护，对可能出现的问题进行评估，制定响应时间。

服务器的软件和硬件的维护尤为重要，要进行很多方面的测试，来制定响应速度。

2、数据库维护，有效地利用数据是网站维护的重要内容，因此数据库的维护要受到重视。

一个程序的数据库维护，就相当于，一个库存的货品的种类，货品的种类被打乱后，将会是一个很麻烦的事情，所以程序数据库要定期维护和清理一些不必要的冗余。

3、内容的更新、调整等。

网页在一段时间里必须进行更新、调整内容，以便浏览者看到新的内容。

4、制定相关网站维护的规定，将网站维护制度化、规范化。

出表一张网站维护的制度和规范表，由专人负责，这样才能保证网站的运营质量和效率。

网站发布前要进行细致周密的测试，以保证正常浏览和使用。主要测试内容：

1、服务器稳定性、安全性。

望站服务器的稳定和安全一直都是最头疼的事情，所以我们应该走到麻烦的前面，首先把预想到的麻烦排除掉。

2、程序及数据库测试。

每个程序都有自己相对应的功能，数据库则是数据集中的地方，尤其重要。

3、网页兼容性测试，如浏览器、显示器。

网页打开多了 不会出现死页的情况，当然也有显示器的分辨率和浏览器的版本问题存在。

4、根据需要的其他测试。

在做出以上测试后，在用其他的方法进行对网站的测试，例如电信拨号和铁通拨号是否存在冲突。

1、网站测试后进行发布的广告活动。

网站测试以后，可以通过媒体或者网络宣传进行广告效应，以达到更多的访问量。

2、网站推广登记等。

网站做好以后可以放到3721，baidu， google上查找关键字，以达到更佳好的宣传作用。

十、网站运营策划之网站系统更新日程表

各项策划任务的开始完成时间，负责人等。

**网站推广方案策划抖音篇五**

第一、网站推广方案需要达到的目的：

制定网站推广方案必须要包括网站推广所要达到的目标。不止网站推广，我们做任何事都有一个目标，企业制定计划有每月目标、每年目标等，网站推广同样如此。比如制定网站推广的日流量、月流量、年流量和点击量，从网站推广来的潜在用户数、准用户数、用户转化率等。还有网站优化的效果、外链增长数量等。没有目标的推广方案不是一个好方案，制定网站推广所要达到的目标是不可或缺的。

第二、网站推广方案中要根据不同的运营阶段，制定不同的网站推广手段：

在网站运营中，不同阶段所采取取的推广方法也应有所不同。比如在网站推广初期，可以利用xx群、邮件、xx网站等方式做一些推广，在网站推广中期可以在搜索引擎、大流量论坛上做一些推广，在网站有了一定知名度之后，我们可以在分类信息、利用媒体如报纸电视等手段来做一些网站推广，既提升了网站品牌的知名度，又可以引入大量的用户，提高用户转化率。对于这些网站推广方案，都要在网站推广方案中体现出来，并且也分门别类，制定出合理有效的推广方案出来。

第三、网站推广方案要重点体现出网站推广中要收集和整理哪些方面的数据：

网站推广方案中必须体现出有哪些方面的数据需要收集和整理。比如每一种推广手段所对应的网站的pv值和ip数量增长情况、网站的潜在注册用户增长情况、网站的用户转化率、网站跳出率、用户的类别和数量等，对这些数据的收集和整理，有助于我们根据不同的推广手段来合理地有侧重点的加以运用，网站推广方案中需要对这一点进行详细介绍。

第四、网站推广方案的效果评价：

在网站推广中，不同的推广阶段的推广效果要制定评价指标。要及时的对网站推广的计划进行及时的评价和控制，能够及时的发现网站推广过程中出现的问题，进行修改，确保网络网络推广教程全集推广方案能够的顺利进行。对主要网站推广任务的效果，进行跟踪和定期进行网站流量统计分析，必要时与专业网络怎样做网络推广顾问机构合作进行网络网络推广培训营销诊断，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例，网站推广方案的制定要灵活，能让推广执行者根据推广效果的不同而灵活应变，根据推广效果合理分配资金、人力、物力，将网站推广效果达到最大化。网络推广教程视频总之，从事网站推广工作，必须合理制定有效的网站推广方案。

总结：

网站推广方案能够给网站推广人员行动上以指导和要求，不仅要制定出网站推广的手段，而且还要制定出网站推广所要达到的目标，更需要对网站推广人员提出考核指标。

以上四点是笔者在做网站推广的几点经验总结，但在真正制定网站推广方案的时候需要根据行业不同、企业不同等有所不同，但总体目标应该是一致的，那就是通过网站推广提高企业和产品的知名度，不断地引入用户，提高企业的效益。

**网站推广方案策划抖音篇六**

1、迅速的推广品牌。

网络推广的重要任务之一就是在互联网上建立并推广企业的品牌，知名企业的网下品牌可以在网上得以延伸，网络品牌建设是以企业网站建设为基础，通过一系列的推广措施，达到顾客和公众对企业的认知和认可。在一定程度上说，网络品牌的价值甚至高于通过网络获得的直接收益。随着网络化进程的推进，网络推广品牌的速度更是惊人！

2、节省各项费用。

网络推广节省了原来传统市场营销的很多广告费用，而且搜索引擎的大量使用会增强搜索率，一定程度上对于中小企业者来说比广告效果要好。

3、网络广告的发展。

根据一些工具调查显示公司网站的收录反链情况很少，用户体验很差，各级页面的landingpage，description没有配好。

前期

首先完善各个页面的优化(内外链，landingpag，description等)比如首页的keywords为”多媒体展示，三维动画制作，影视广告，动漫广告，3d广告等”description为首页的内容介绍，内容要精练，但是还能够突出公司的主营业务，字数控制在200字以内。

增加流量即有效访客主要通过站内优化即seo站外软文推广，百度百科，博客，微博，贴吧，视频外链等辅助竞价来实现。竞价即购买关键词，不需要优化就可以排在首页(这个需要预算支持)网站优化首先要确定需要添加优化哪些关键词，通过站内页面匹配优化增加页面的权重，站外辅助(软文，视频，博客，微博，贴吧，百科，外链等)在搜索引擎上搜索关键词能看到公司的网站的快照。例如搜索动漫设计，视频广告等能在搜索引擎首页上看到公司的网站。增加网站的曝光率。

分析网站客户群里的分布性以及搜索习惯，针对公司主营业务的特点，推广范围为全国范围的推广，启用百度竞价(付费推广)，添加相关主营业务关键词，以及相关业务关键词的拓展词。最大限度的增加网站曝光率。

竞争对手的调查，分析多家竞争对手的推广模式，针对其模式采取相应策略。

中期

此时网站的优化已经初见成效，已经具有稳定的有效访客流量，一部分关键词已经排到首位。网站优化需要稳步进行，持续增加新的关键词(即公司业务的关键词延伸，例影视广告可以延伸为影视广告制作，影视广告创意，影视广告报价等)。监控竞价后台每天添加新关键词，查看关键词的匹配度，剔除质量差的关键词，及时更新广告创意，此时可以尝试使用cpm、cpt等形式的网络硬广告。借以持续性增加企业网站的曝光率以带来更多的访客。真正的助力网络营销。这个时候可以开发更多的网络手段来推广网站例如邮件营销，微博营销，分类信息等等。

后期

此时网站营销已经具有一定的规模，即能持续性的为企业带来收入，此时需要多种方法相结合。这个时候需要开启多个搜索渠道的竞价(即百度，谷歌，搜搜，搜狗)视频营销，邮件营销，论坛营销，博客营销等相结合。

(一)seo优化

1.合理安排网站内容发布日程是seo优化的重要技巧之一。

2.向各大搜索引擎登陆入口提交尚未收录站点页面。

在搜索引擎看seo的效果，通过site:，知道站点的收录和更新情况。通过domain:你的域名或者link:你的域名，知道站点的反向链接情况，更好的实现与搜索引擎对话。

3.使用与关键字相关的文章标题

如为三维动画这个业务写宣传软文的时候，那么一定要在标题三维动画设为关键字，因为越具体的关键字，搜索效率越精准。

4.在文章正文中使用关键字

一定要在正文开始某处使用至少一次目标关键字。这将会把那些仍然钟爱于旧式“description元标签”的搜索引擎机器人吸引过来。

5.在标题和粗体字中使用关键字

搜索引擎非常喜欢你有目标地展示关键字。在>

1.全面登陆搜索引擎法

通过确定网站关键词、登陆各大门户网站搜索引擎、注册网络实名、企业实名、行业实名等方法大范围的传播企业信息。(即ie地址栏直接输入北京一派视觉数码科技有限公司直接进入公司网站)

2.门户网推广法

在各大门户网站，进行软文推广，刊登宣传软文。软文内容需要和公司的业务内容息息

相关。

3.博客推广法

在各大博客网站开通多个博客，发布宣传企业官网的博文(要突出公司业务的优势，以及相应的技术介绍)。一定数量的发布量，做到及时更新，提升关注度。

4.论坛推广法

在各大社区论坛上注册多个id，参与论坛讨论，巧妙发布网站宣传贴，引起关注。例如发布3d广告的优势以及技术。

5.提问网推广法

通过在各种知识搜索引擎中，注册多个id发布专业性问题，再回答问题，提升点击率，在解答专业问题的同时，顺势将企业官网宣传信息传播出去，达到推广目的。

6.贴吧推广法

在推广的贴吧内注册大量id，以大量发帖，灌水形式，把宣传信息大范围传播出去，以量变来促成质变的形成。

群推广法

通过添加相关qq群、qq群资源共享、qq群邮件发送、自建qq群贺卡、开通qq群空间等形式，发布企业官网相关信息，扩大信息传播面。

8.网站友情链接推广法

在各类网站征求友情链接，广泛征求链接互换，但要注意对方网站和企业官网的内容相关性；扩大网站外部链接活力、增加网站搜索引擎曝光率。

9.免费服务推广法

在企业官网成立在线咨询服务，免费咨询解答专业化问题。树立良好口碑，提升企业美誉度。

11.水印推广法

在企业的宣传图片、视频、资料、网站上都打上企业的水印，当图片和视频发布到其他地方或别的网站时，都是一种对企业网站的宣传。在企业的一些软文、资料上注明原创网址，并制作一些资料小册子如pdf或电子书在里面都加上企业官网网址。让企业信息和文化更容易推广。

12.免费服务推广法

在企业官网成立在线咨询服务，免费咨询解答专业化问题。树立良好口碑，提升企业品牌美誉度。

13.网摘、顶客推广法

如网摘、顶客网站，现在有许多网摘网站，如365key，新浪vivi等都可以在上面添加一些企业网站相关内容。还可以在顶客网站上提交一些与企业网站有关的文章，进行推广宣传。

14.群发推广法

通过邮件群发、论坛群发、博客群发、留言板群发大批量的传播企业网站信息，扩大信息覆盖面。

15.邮件推广法

通过注册会员、过往客户、电子杂志订阅用户等途径获取客户邮件地址，向客户定期发送邮件广告。邮寄趣味调查问卷，以启发式设问方法，和幽默另类的问卷形式激发邮件接收人参与调查的兴趣，将企业网站信息巧妙掺杂其中，使用户在填写过程中主动接收信息。

16.网站流量统计推广法

在网站的所有页面上放置一个iframe页面引用代码，在所引用的页面上放上其他网站的统计器，用程序代码控制变换统计id，当其他站长查看统计，浏览访问来路来源的时候，企业的网站就出现了。一般的站长都会点击查看的，这种宣传方法效果很好，属于密不外传的绝招，很多人知道百度和google的。威力就是从网站访问来路知道的。

17.网站推广同盟推广法

要懂得借用外力，几个站长联合在一起，达成宣传共识。在宣传企业网站的时候，顺便也捎带上别的网站。用同样的劳动，得到更多的收获。

18.互换频道推广法

和其他网站互相交换频道。就是把对方网站当作自己的一个频道在网站上推广。这样互相捧场，互相帮衬，威力巨大。

19.客户端软件插件推广法

有技术含量的站长可以采用此法。开发流行的网民常用的客户端软件，比如聊天工具类软件qq，网络游戏类工具，下载工具类网站迅雷等等，都可以弹出窗口，可以直接弹网站首页，也可以弹一些活动页。效果奇好。(目前无法实现)

20.百科全书推广法

去网上的百科全书添加内容，增加企业信息的宣传度。

21.地图推广法

让企业总部地址出现在地图上。地图传播面广，受众大，使用频率高。当网民在搜索相近地址的时候，企业名字自然出现在地图上，增加企业曝光率，达到宣传目的。

22.月历墙纸网站推广法

制作各种精美独特风格多样的月历图片，提供给人们做电脑的桌面墙纸壁纸使用。只要网民一打开电脑，你的网址就跃然pc上。一年300多天，天天都在提醒网民，你的网站对其有用。

23.视频源flash网站推广法

如今的视频网站，都提供外部的访问接口。在别的网站、日志引用这些视频的同时，直接宣传了网站，扩大了网站的影响力。

(一)软文推广——无形的营销利剑

软文具有引导消费、品牌宣传、周期长，价格低等优点。

宣传软文等一系列软文宣传方式，充分发挥软文优势，吸引消费者关注，利用文字的巧妙安排，在无形当品牌推广出去，并被大众所接受。

(二)炒作话题——抓住大众的好奇心

在网络这个无疆域的浩瀚市场，具有吸引力的话题，才是能吸引无数网民的关键。所以，抓住大众的好奇心理，充分利用网络舆论的宣传价值，设定一系列的炒作话题，通过在人气高的各大论坛发帖、在各个博客发表博文等形式，将话题炒热。从而让大家主动关注到澳金园，提高品牌知名度。

(三)网络活动推广——拉近品牌与消费者之间的距离

利用网络宣传范围广泛，区域无限制，伸展性灵活，受众群体多样的优势。以高关注度的门户网站为活动平台，开展一系列网络主题活动，借由各种活动拉近品牌与消费者之间的距离，提升品牌在消费者心目中的美誉度，从而打响知名度，让更多人记住本企业的品牌优势。

(四)搜索引擎排名——最快速的提升品牌知名度

通过确定网站关键词、登陆各大门户网站搜索引擎、注册网络实名、企业实名、行业实名等方法大范围的传播公司信息，参与百度、google、yahoo等著名搜索引擎的搜索排名，利用百度、google等的强大搜索优势，最快速的传播品牌信息，提升品牌知名度。

(五)网站广告置换及链接交换——利用他人名气借势宣传

鉴于该品牌建立后，至今为止知名度不够，网站关注度不高，所以与目标网站、媒体的知名度不对称，因此广告置换及链接交换可能需要部分资金，以达到成功与对方交换链接，借势宣传的目的。

(六)网站优化服务——提升网站质量

包括网站代码优化、针对于搜索引擎的优化和调整。

(七)网站访问量分析——时刻掌握网站人气度变化

购买专业的流量、访问分析软件，统计网站流量、用户访问区域、时段、网站被集中访问的栏目等信息，从而有针对性的调整网站结构。

(八)主动式网站推广——快速大量的撒网式宣传

群发短信，弹出式广告，群发邮件等短期大量的推广手段。花部分费用购买弹出式广告，不失为一个网络推广的好策略，因为它能在更大程度上增加网站被受众点击的几率。

(九)水印推广——以细节取胜，无时不刻的宣传

在企业的宣传图片、视频、资料、网站上都打上企业的水印，把这些图片和视频发布到其他地方或别的网站，当这些印有水印的图片传播出去时，都无疑是对企业品牌的一种宣传。同时可在企业的一些宣传软文、资料上注明官网网址，并制作一些资料小册子如pdf或电子书且在里面都加上企业官网网址。让企业信息和文化更容易推广。

(十)百科类网站推广——知识性宣传，增加受众好感度

识性宣传，增加受众对品牌的好感度，达到品牌宣传的目的。

1.如果进行专题宣传时，要在网站首页上的明显处安置入口。入口很重要，否则就像是一个漂亮的房间内装修再好，客人找不到门也不能进去参观。

2.在网站的选择上要结合企业自身特点。网络媒体和传统媒体一样，每个网站、每个频道的受众各不相同，企业在选择网站时要结合自己品牌、产品的特点。对于快速消费品来说门户网站的传播效果最好，但是对于那些目标消费群体特点突出的产品来讲，有的放矢的选择一些专业频道、专业网站也不乏是一个省钱的好主意。

3.网络的宣传主题最好能够与传统媒体相结合，因为广告的受众群体比主流媒体来讲还是具有一定的限制，只有在宣传上线上、线下步调一致，才能最好的宣传效果。

4.效果监测，网站流量统计分析代码，从后台详细查询到网站流量情况及来源等数据，对每一时间段的推广措施做监测跟踪，及时调整推广的策略。

5.举办网络活动时，主题的选定和活动形式的新颖性很重要，活动举办前期在各大网站做前期活动宣传，将活动信息大范围的散布出去，还可以通过在博客、论坛、贴吧等网民聚集地发布具有吸引力的炒作话题，将活动信息宣传出去，充分做好前期造势。

以上效果评估根据实际情况会做出相应调整，请以实际数据为准。

1、公司需配备一稳定服务器，网站服务器的稳定对于优化推广来说是至关重要的推荐万网服务器目前价格我已经选好为翔云主机i6980元/年目前万网做活动6000元/年。如需要，我来购买。购买完成后需要去万网备案接入网站备案信息。

2、人员配置

一、美工(工薪3000元-4000元)

负责网站seo优化、内链的添加、外链的购买、。网站结构的优化，友情链接。论坛营销、百度知道、百度贴吧、分类信息网站、新闻营销、视频图片营销。

二、文案编辑(工薪2500元-3500元)

三、网络咨询师(50元/8小时)

目前使用兼职咨询师此可以灵活分配工作内容。

3、竞价预算

这个需要根据关键词的多少推广时段进行评估需要网站成型后方可评估

4、在线客服系统(3000元一年)

在线客服系统使用企业qq系统，他的各方面很符合公司的企业形象。5、其他费用(1500元/一个月)

用于购买高质量外链借以提升自己网站pr值权重以增加网站关键词快照排名。

**网站推广方案策划抖音篇七**

网站是在成功制作和推出网站之后，针对市场营销推广策略，专门制作的一个企业网站。通过网站的推出，能够让抢占互联网这一企业传播阵地，以提升知名度、美誉度和忠诚度。

网络的发展为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。如今上网的人越来越多，信息传播面广，传播速度快——我们可以充分利用这些特点，为服务。

本站站主要具有以下作用：

1、网站可以提升、拓展、纵深的形象、价值及外延。

2、网站能够提供互动、亲切的“客户关系管理”，不管是普通来访者、消费者，还是生产经营活动价值链上的各个环节。

3、网站是实现线上推广营销的根据地。一方面，在离线领域可以配合广告、公关、促销等开展系列营销活动;另一方面，网站本身就是一个互动沟通平台，二者活动的反馈沟通均可在网站实现。并且，这些活动都应以核心价值为基准点，因此可以确保活动的持久性与连贯性。

通过有效的网络营销活动，可以使网站实现上述期望，能够较传统途径和方法更为快捷的实现深化传播目的。

**网站推广方案策划抖音篇八**

网站推广分为线上推广和线下推广两种。

1、线上推广

（1）软文推广

在各大知名的网站、论坛，以发软文的方式，推广本网站，这样就可以增加本网站的外链，获得相应的流量。

（2）登陆各大搜索引擎（xx和xx等）和分类信息网（xx网、xx网等）。包括xx贴吧、xx知道、xx交流群等及时性的推广渠道。（目前来说，该宣传渠道是网站推广成本最低，效果最高的手段，xx等推广将会更容易被xx搜索引擎所收录，且排名更靠前。）

（3）博客推广

在各大网站（xx等）建立本站的博客，发布本网站相关信息和链接，通过自己博客的流量，将访问者引导到本网站。注册各大站点的博客各一个，博客名：由网站名和网址组成。明确了关键字，添加精彩文章附上插入网站的超连接模块。更新快点，点击量大了，搜索自然也收录的多了，在搜索引擎的权重就会慢慢的提高。网站排名自然也会随之上来，两全齐美，劳动量少，收获多。

（4）网上论坛、bbs推广

一般论坛bbs推广包括签名宣传、论坛会员名称、头像图片、文字内容宣传等，过于频繁直白的推广形式（广告贴）容易引起其他潜在用户的反感，甚至会被删帖，浪费了精力不说还会起到负面效果。发帖不能够直发广告，发精彩帖子引起大家的注意力，顺便带上广告。这样效果比只发广告强多了，而且被删帖的几率也小了很多。这个比较费人力，时间也要充裕，而且目标论坛要名企鹅，精选几个好点的论坛，分析潜在客户多少，有重点的去发帖。多了也没有那精力。注意个性签名一定要写上你的推广网址。

（5）网络广告：一是在本网站打广告。二是在别人的网站打广告。

（6）邮件推广：采集大量相关企业的邮箱地址，利用公司的企业邮箱把有关本网站的信息或者链接群发的方式发至客户邮箱。

（7）xx群推广：xx是时下网络上人与人沟通最为方便、快捷的方式，它覆盖范围广，传播速度快，在xx群上推广本网站，可以带来直接的流量。

（8）加入社区圈子

快速有效，让你的朋友，老乡，同事等设你的网站为首页，让他们的博客插入你的网站的超链接，让他们向他们的圈子宣传你的网站。例如：xx等。

（9）友情链接（跟我们的客户建立友情链接）

网站链接的相关性是网站提升网站pr值，提高网站alexa国际排名的重要指标。另外还有助于网站在等搜索引擎的排名。特别是对与google来说，大量的有效外部的链接或者是反向链接将更加容易让蜘蛛程序找到我们的网站。

（10）视频推广：

通过在xx等主流视频网站发布含伊之情品牌或产品信息的视频，扩大知名度和影响力。

（11）百度竞价排名

在xx购买关键词，引导大量搜索流量进入官方商城。

2、线下推广

（1）公司名片（2）公司宣传单（3）电话营销（4）在报纸上投放广告。

电话营销师最好最有效的方法。通过电话向客户推广，让客户有意识的指导我们的网站，更进一步，只要我们的服务对客户而言是有价值的，是值得做的，同坐我们客服人员的介绍是很有可能促成转化率的。

**网站推广方案策划抖音篇九**

目录：

第一章市场环境分析

一、户外广告市场环境

二、竞争对手分析

第二章目标定位

一、户外广告的特点

二、受众目标定位

第三章媒介竞争策略

第四章喀斯玛品牌分析与品牌策略

一、塑造品牌价值

二、喀斯玛品牌价值

三、喀斯玛品牌形象推广方案

四、喀斯玛品牌形象广告策略

第五章喀斯玛户外广告的创新思考

第一章市场环境分析

一、户外广告市场环境分析

1.喀斯玛：户外广告装饰媒体

凡是能在露天或公共场合通过广告表现形式同时向许多消费者进行诉求，能达到推销商品目的物质都可称为广告装饰媒体。广告装饰可分为平面和立体两大部类：平面的有路牌广告、招贴广告、壁墙广告、海报、条幅等;立体广告分为霓虹灯、广告柱以及广告塔灯箱广告等。在广告装饰中，路牌、招牌、灯箱是最为重要的表现形式，影响甚大。设计制作精美的户外广告带将会成为一个地区的象征。

媒体多元化时代早已降临，户外传媒作为广告装饰市场，其巨大的潜力和无可限量的发展空间已使的越来越的人开始关注这一传播媒介，而其本身的现状和优势，创新与不足，正是所待研究的方向。

2.户外广告发展趋势

a.投放量会持续增长

促成近年广告装饰持续增长的几大因素，如媒体多元化、城市形象大升级、人们生活方式变化等，在可以预见的未来，其变化趋势会继续延续，所以，广告装饰在整个广告投放量中所占份额，必将持续增长。

b.通路终端的户外媒体呈现整合趋势

c.移动、视频、数字、动态等新材料新技术成为新趋势

过去，广告装饰制品给人的印象就是简简单单的平面的单一信息传达，目前电子技术的应用，使得户外开始“动”起来，有了动态的大屏幕，有了数字视频网络播放系统。如地铁车厢中、公交车中的 lcd 等，有了用 3 维全息成像技术制作的展示台，很多户外媒体开始走向多元化，并借由新材料和新技术由平面媒体的单一写真喷绘向多元化电声媒介形式过渡。

d.户外装饰市场价格走强

随着越来越规范化的户外管理规定，大型户外媒体发展减缓，甚至在密集区域还可能出现数量上的减少，户外媒体网络化将进一步发展完善，户外媒体的年广告额也将进一步上升。 城市中的“户外污染”会减少，单一媒体的费用会相对提高，但同时媒体的质量将提高，投放风险将明显降低。

3.户外广告市场环境分析

面对众多的宣传媒体，我们的受众正逐步被分流。随着城市化的发展、随着交通的发展，以及县区经济发展的不断提升，新的商业圈的打造，广告装饰产品的受众量也随之出现稳步增长的态势，户外广告的市场将不断扩大。

二、竞争对手分析。

1.媒介竞争对手

当前媒介多元化竞争越趋激烈。除去网络、电视、广播、报纸这些传统媒介越来越兴旺之外，户外广告自身的传播种类也越来越复杂，为了集中资源和竞争力，户外传媒广告公司越业务趋于单一和集中。但从目前市场看，有做公交等车载可视的运通传媒，主营led，在县商业街与中华广场有专业投放led户外显示屏广告的公司。单一从事户外广告牌的广告公司。

2.区域竞争激烈

从定量看，客户资源是有限的，客户在同类媒介上只会做一份广告，但却会在不同的媒介上做广告，华盛目前的业务集中在公交站台，道旗，高炮等户外载体上，不存在同类媒介载体竞争，除了在不同的媒介做广告的媒介共同客户之外，更多金钱资源有限的客户只会选择一种对其有利的、宣传效果好的广告媒介，尤其是在区域当中，大客户有限，另外广告业务的不断拓展，一定会触及到其他广告媒体的客户，因而竞争是无法避免的。

第二章目标定位

一.户外广告自身的特点

a.视觉冲击力强

一块设立在黄金地段的巨型广告牌，是任何想建立持久品牌形象的公司的必争之物。很多知名的户外广告牌，因为它的持久和突出，成为某个地区远近闻名的地标。

b.接触频次高

通过策略性的媒介安排和分布，广告装饰产品能创造出理想的到达率和频次。正确地选择时间、地点，加上使用正确的户外媒体，可实现在理想的范围内接触到几乎每个层面的人群，甚至可与受众的生活节奏配合得天衣无缝。

d、容易体现社会公益性和人性关怀，具有强大的服务社会的附属作用。

二、受众目标定位

华盛品牌形象系列推广的受众分为两类：一类为华盛潜在的客户，即企事业单位，公司，工厂等。第二类为普通受众，目的是为建立华盛在普通受众中的影响力，获得认同感。

1.市场目标定位—大众。

每一份广告宣传都有其面对的受众，部分广告采用铺天盖地式的宣传推广策略但仍是以失败告终，除去广告自身宣传效果的原因，更重要的是在广告宣传对象上，即受众上，没有进行差异化的定位。

现代广告装饰是繁华都市的时装，是令人心醉的现代化梦境。“广告装饰才是真正的大众传媒。不是所有的人都看电视、读报纸或上网冲浪，但是任何人只要他离开家，就会看到广告装饰产品。”

2.市场目标定位—企业。

华盛文化传媒有公司的市场目标：为大企业品牌提供传播服务方案，提共中小企业品牌建设系统化解决方案，打造更“出色”的品牌形象。找到“企业”有差异化的品牌战略定位与品牌形象，结合企业现状进行适合的品牌梳理，找到最佳的品牌建设及品牌价值管理模式。进而通过系列的媒介传播与公关策略，在目标市场领域形成良好的口碑传播与品牌美誉度。

3.推广目标定位

提高华盛传媒有限公司在区域市场的知名度与影响力，形成品牌建设规划思路。开拓广告市场，建立与客户交流沟通的渠道，让客户了解华盛。提高华盛的创收能力，促进华盛的发展与壮大。

第三章媒介竞争策略

一、户外广告对梳理企业的品牌的形象最具功效。它们不但能大量有效地传递商业信息，展示企业形象，而且成了美化城市的文化艺术品，是城市生活的一条亮丽的风景线。而且越来越成为一个现代化城市商品经济发达程度的标志，也是一个城市精神面貌和文化修养的展示窗口。

二、与电视，网络，报纸，广播等其他媒介的比较。

第一是到达率高

通过策略性的媒介安排和分布，户外广告能创造出理想的到达率。据实力传播的调查显示，户外媒体的到达率目前仅次于电视媒体，位居第二。

第二是视觉冲击力强

林立的巨型广告牌却是令人久久难以忘怀。

第三是发布时段长

许多户外媒体是持久地、全天候发布的。它们每天24小时、每周7天地伫立在那儿，这一特点令其更容易为受众见到，都可方便地看到它，所以它随客户的需求而任天长地久。

第四是千人成本低

第五是城市覆盖率高

在某个城市结合目标人群，正确的选择发布地点、以及使用正确的户外媒体，可以在理想的范围接触到多个层面的人群，可以与受众的生活节奏配合的非常好。

三、升级户外资源载体，科技创新，提升媒介的竞争力，与其他媒介即联合，又竞争。

led全彩，公交视频，霓虹灯高牌，等户外可视载体已有与电视媒介相近的广告作用，地区大型户外路牌的品牌形象广告效果甚至超过当地的报纸广告。从单一地域上来说，户外广告在媒介竞争上具有相当优势。但是，从广告宣传来说，任何媒介的本身都有着局限性，不可能接触到所有层面的受众，需要与其他媒介互补，即联合又竞争。

第四章华盛品牌分析与品牌策略

一、塑造品牌价值

品牌价值的提升离不开自身服务质量的提高，不断提升自身的服务质量，才是塑造品牌价值的根本途径。

1、改变销售策略，不同的媒体有不同的卖法，虽然很多人都标榜自己的媒体是强势媒体，但其实还是有强势弱势的区别。强势媒体靠什么?靠品牌、靠人流、靠经验。弱势媒体靠什么?靠服务、靠价格、靠精准。还可以把自己媒体内部的优质资源和一贯受冷落的资源有机整合。

2、给客户提供更多的增值服务，如第三方监测、发布后效果调研等。

3、增加弹性机制，制定灵活的价格策略、适当延长发布周期等。延长发布周期虽然可能在投放总额上不会有明显的增长，但是能保证户外一定的投放量，这也是让客户保持信心的一种贡献。

4、优化自身媒体，在实用、美观方面多下功夫。既然消费者变得聪明，不再全盘接受广告信息，但如果制作精美的媒体上有他们关注的实用信息，消费者也会主动参与进来，产生互动，广告效果也自然提升，这也是客户希望达到的效果。

5、加强同类客户媒体之间的联盟。如果某些媒体具有相同或类似的受众群，媒体经营者不妨达成联盟，给客户提供全套服务，共享利益。比如说了解与其他地区高炮的的广告主，将本地区的广告业务打包给其他地区。

二、华盛品牌价值定位

1.国营—权威性。强调国营的目的不是为了抬高自己，在市场经济下，对客户有利，能真正为客户的利益服务的，才是客户的首选。强调国营的目的是在于强调华盛文化传媒有限公司发布广告的权威性。国营换句话说，就是受过审批的，得到认同的。此权威性不是私营广告公司能够比拟的。

2.户外广告—品牌形象策划。户外广告本身被称为“三秒钟”经济，这三秒钟肯定不是为了宣传某些产品的功能，作用，而是突出公司的品牌形象。品牌是什么?是大，是强。是提到某一公司的名称时，人家回答的那句“我知道这个牌子。”因而华盛对外的另一品牌价值塑造点就是：为客户建立品牌形象。

3.户外—全方位的广告。

人们只要出行便能接触到户外广告，这是户外广告的优势，通过时间(比如说春节，十一等节假日)，空间(从家门口出发，到上班，商场等所经过的各个街道路程)，种类(高炮，路标，道旗，站台)的协调组合，不论大众愿不愿意，都能使得受众在每时每刻都接触到户外广告的身影。华盛的另一品牌形象塑造点，就是在于宣传户外广告，优于网络，报纸，广播等媒介的对广告受众的全方位介入的广告效果。

三、喀斯玛品牌宣传推广方案

品牌形象推广广告的投放需要更全面的投放策划。在时间，空间，户外广告种类，媒介组合上都需要协调与配合。

1.自身媒介进行品牌宣传是主要渠道，提升品牌效应与社会知名度。

户外广告公司要宣传自己，自己本身就是广告媒介，自己品牌宣传的成功，更能让广告客户相信我们的广告效果。全方位，无差别的户外广告提升华盛在广大受众中的影响力。

2.媒介资源互补与组合策略，针对性强。

单一媒体分散但数量巨大，是对受众无差别的宣传与推广，但受制于地域的局限性，需要且配合其他媒体攻势、加强整合传播效果，针对客户的目的比较强。

a) 通过电视媒体，报刊等传统媒介塑造品牌形象。

b) 强化中科资源网站，通过网络等新兴媒介宣传品牌形象。

3.品牌宣传的立体组合效应，时间，空间，与种类的组合，多种户外媒体载具组合运用。人的记忆力分为短时记忆和长效记忆两种。这就是为什么学生要把书本拿过来反复学习的原因。广告同样是这样，一份广告，同一受众必须在不同时间、不同地点接触多次以上，才会在脑海中留下影像。户外广告的时效性只有3到5秒，因而要想获得良好的广告效果，在进行品牌形象宣传时，必然要在户外广告的时空组合与种类组合上下一番功夫。不仅要通过自身高炮，道旗，路牌，站台的组合包装，更需要再地段，街区，等空间方位上进行排布，以及对宣传时间的掌握。户外广告在时间，空间，与种类的组合，能产生一种连续的立体感，使宣传效果事半功倍，节省户外广告资源，避免了盲目宣传。

四、喀斯玛品牌形象广告策略。

一：户外形象广告广告语

广告语：

广告语：

二：推荐媒体。

1.户外媒介。

媒体位置：

媒体形式：公交站台栏，跨街，路牌。 发布时长：1月一段，共三月，路段按月轮替。

(跨街，路牌。视可使用的具体情况再做划分。)

2.电视媒介，报纸媒介。

媒体形式：泗阳县电视台。

发布形式与时长：参见《华盛媒体排期表》(略)

3.丰富企业和平台网站内容。

4.定向目标推广，完善vi。

宣传画册投放：企事业单位，展会，园区。

第五章 华盛户外广告的创新思考

一、户外媒介表现形式的创新

我们经常看到的各种户外广告大都是平面作品和移植，只是用了更大字体的广告语，更加明显的品牌标记，再就是加一幅醒目的图片。无论是看板还是大立柱，都是四四方方的图形设计。而在发达城市的大街上，在街边和拐角处有许多广告立柱，一般在2-3米高，有圆柱形的、三菱形的和四面型的等等，顶部的设计更是花样众多，与周围的建筑风格相得益彰。广告物品或代表物伸出广告牌以外，造成立体效果的作品，时常可见，很是吸引过客的目光，具有极强的视觉冲击力。

二、表现内容的创新

户外广告受发布空间和地点的限制，传达的信息量有限，强制性差，很难引起受众的主动关心，在一个只有5秒钟停留的和一个5分钟停留的环境中，在一个拥挤嘈杂的和一个清静优雅的环境中，坐在行进和车辆上和站在购物场所前，人们的心境是完全不同的，对广告的关注程度也有着巨大的差别。因此我们在广告的诉求上应该有的放矢，有简有繁。有的只能用大字标语强化品牌，有的则可以图文并茂介绍产品，有的还可以详细诉求加深理解。这需要广告人深刻理解广告产品的特性，揣摩受众的接受心态。

三、表现手法的创新

高新科技的发展给户外广告的表现手法提供了的空间，光电艺术的巧妙结合，使户外广告的视觉冲击力发挥得淋漓尽致。在我国的许多大城市，霓虹灯和电子广告牌使用很多，装点着城市的夜空。而矗立在伦敦街头的健力士啤酒广告，则利用昼夜交替，使两面上的啤酒杯，由空杯变满杯，充满诱惑，让人遐想，给啤酒消费的黄金时段推波助澜。

四、媒体运用上的创新

户外媒体本身也有一些不足，如：宣传区域小，不适合承载复杂信息、传递时间短被称为“眼球经济、三秒钟的竞争”、信息更新相对滞后及广告发布不规范等。这些缺陷很大程度上能依靠广告人独特的创意和新材料与技术的运用得意弥补，户外广告管理机制也在不断走向规范和法制化。

五、资源升级

随着科技的进步，户外媒体可调用的创意手段越来越丰富。例如：形象、语句、三维物件、动感、音效、霓虹灯，led显示屏和高新科技等等，形成立体感官刺激。再加上精美的电脑喷绘、照明等技术进行制作，使得广告价值提高，对受众的吸引力也显著增强。

因此在不断提升华盛广告的设计与制作质量之外，户外广告资源升级将是提升华盛品牌形象与核心竞争力，不断创收的重要途径。

六、业务与品牌服务的拓展

品牌策划 品牌诊断、品牌定位、品牌命名、品牌梳理、品牌形象设计、品牌包装设计、vi设计、cis系统建设、品牌战略规划、品牌重塑、品牌管理。 品牌传播、品牌调查、品牌定位、品牌设计、年度品牌整合传播、媒介整合策略 平面设计 logo设计、vi设计、企业画册、招商、平面、海报、pop、形象店。 公关策划 形象、新闻发布会、公益活动、公关、政府公关、事件营销、体育营销。

**网站推广方案策划抖音篇十**

\_\_\_网站是\_\_\_在成功制作和推出\_\_\_网站之后，针对\_\_\_的市场营销推广策略，专门制作的一个企业网站。通过\_\_\_网站的推出，能够让\_\_抢占互联网这一企业传播阵地，以提升\_\_\_知名度、美誉度和忠诚度。

网络的发展为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。如今上网的人越来越多，信息传播面广，传播速度快——我们可以充分利用这些特点，为\_\_\_服务。

本站站主要具有以下作用：

1、网站可以提升、拓展、纵深的形象、价值及外延。

2、网站能够提供互动、亲切的“客户关系管理”，不管是普通来访者、消费者，还是生产经营活动价值链上的各个环节。

3、网站是实现线上推广营销的根据地。一方面，在离线领域可以配合广告、公关、促销等开展系列营销活动；另一方面，网站本身就是一个互动沟通平台，二者活动的反馈沟通均可在网站实现。并且，这些活动都应以核心价值为基准点，因此可以确保活动的持久性与连贯性。

通过有效的网络营销活动，可以使\_\_\_网站实现上述期望，能够较传统途径和方法更为快捷的实现深化传播目的。

网站推广效果衡量标准：网站访问量稳步上升，会员注册数、企业美誉度、网站的忠诚度

**网站推广方案策划抖音篇十一**

因为自己的网店刚刚建立没有较强的说服力，所以这次策划书中我以合作的网店来做案例。

网店名称：土老帽绿色食品打造皇冠级原生态店铺

网店域名：

经营人：\_\_

注册时间：20\_\_年11月2日

经营范围：肉类美食(罐头)、海产干货(真空)、奶酪乳制品(真空)天然粉制品(袋装)干果果脯(袋装)五谷杂粮(袋装)

二、形式分析

绿色食品网络店面市场现状：

淘宝交易平台10家店面(拥有信誉度)其它交易平台57家店面(拥有信誉度)

消费者一般情况下光顾网络绿色食品店的情况：

会影响其购买意向的因素：

会影响顾客购买意向的因素有以下几种：因素一：对产品抱有怀疑态度

因素二：价格昂贵、因素三：其他不定因素

swot分析

基于价格优廉性、绿色食品的安全性、功能性、营养性、

w(劣势)

o(机会)

基于绿色食品的安全性、营养性、功能性等方面的优势，更易把握住消费者的购买欲望

t(威胁)

销售绿色食品的店面过多产品不够新颖难以引起顾客的注意力，有业内人士认为，绿色食品市场的成熟度还是比较高的，这从市场集中度和购买人群上都可以看出来。据不完全统计，目前绿色食品市场上共有60多家的网络店面店，其中约有10多家较为正规，其余是些小店；从销售数据上看，绿色食品市场年销售额为600-800万元。而在购买绿色食品的消费者中，有80%是年龄在25至55岁之间的中青年人，而他们购买的绿色食品档次比较集中，一般在30元至350元之间。

1.目标市场分析

竞争对手分析

1、土老帽竞争对手

(1)、土老帽主要竞争对手主要有：

b、绿色食品特产专卖店

c、北大荒利特连锁绿色产品店精益、

(2)、竞争对手基本状况大明：一介草民的网店已经经营非常久出具规模，存在较多的老顾客，而价格也相当优惠。

(3)、竞争对手策略

a、信誉是销售的保障，而且服务到位，24小时全天营业。

b、经常搞优惠和网络宣传。

2、土老帽在竞争中的地位

(1)土老帽在淘宝的交易平台的客流量还可以，店面相对比较大，总体说来知名度一般。

(2)市场占有率低。

(3)开展深入许多针对消费的优惠活动。

(4)服务方面相对来说较不完善。

3、与竞争对手比较

a、机会：在消费者中口碑好，价格适中，比较适合消费者消费。

b、威胁：宣传力度不够、向市场的攻击性较弱。

4、竞争对手分析总结：

(1)竞争对手在广告，时间方面的优势。

(2)宣传层出不穷。

(3)土老帽优势：价格适中，口碑较好，消费者信任度适中。

(4)土老帽应改善出现问题的环节：保持良好的店面形象，提高品牌质量，服务、宣传力度不够，宣传开展太少，不易使消费者亲近。

5、我方策略

(1)为了方便顾客，提供真正的人性化服务，咱们将长对客户提问不辞辛劳的回答，对产品任何的问题咱们将给予满意的答复。

(2)利用网络载体进行轰炸式宣传。

(3)积极开展各种网购活动(如：秒杀团购买一送一)

产品分析

1、营养性食品：

具有非常高的营养价值、滋补身体的绝佳产品

2、安全性食品

产品的安全、质量有绝佳的保证，能给客户承诺性的产品

3、功能性食品：

调节身体机能、缓解三高、失眠等医药性的产品

三、4cs网络营销规划

1、了解消费对绿色产品的需求：

实现网店的各项目目标的关键在于正确的确定目标市场的需求与欲望，并且比竞争手更有效的传达目标市场需要的物品和服务，进而比竞争对手更有效满足目标市场的需求与欲望。只有适合消费者需要的产品才是好产品、因此消费者的需求才是网店利润的源头。

(1)进行网络市场调研，邀请客户参加对绿色产品的测试，因为来自不同文化背景的人往往由于生活环境、职业、经济状况、受教育程度、个人爱好及生活方式、家庭结构等各种不相同对产品有着不同的需求，即使是同一个消费者在不同的期间对同一种产品的体验和感觉都是不同的。但对于销售者来说，消费者的需求是一个未知而又复杂的世界，因而进行网络市场调研，发现消费者需求。

(2)建立客户资料数据库，网购已经呈现个性化趋势，网络店面首先应做的是要了解自己的客户。曾经有人提出“爱你的顾客而非爱你的产品”，因此咱们要想了解咱们的产品一样的了解咱们的顾客，了解客户的一个重要的措施就是建立客户资料库，客户的资料库要包括以下几个方面的内容：

b：客户消费档案。包括顾客对哪些商品感兴趣、购买的商品属于什么类型的，掌握这些资料有助于优化销售、做好促销。

2、以消费者的承受能力来制定价格

网络店面首先要决定所提供的产品的价值和价格，其次要估计该价格下所能销售的数量，第三根据销售量决定所需的产能、投资以及单位成本、最后计算依此价格和成本能否获得满意的利润。以消费者承受能力为基础的定价方法与现代市场定位观念一致，制定出来的价格更能贴近消费者，更适合目标客户的接受水平。

3、加强网络店面与客户的沟通能力

加强与消费者的沟通和交流是绿色产品营销策略的一个重要环节。消费者在消费绿色产品的同时也是绿色产品的营销过程，产品与消费的同时性信息不对称决定了消费者在购买绿色产品的钱无法了解产品的有关知识，这无疑加大了购买者购买产品的风险也增加了顾客与网点之间的沟通难度，所以我要求网店信息扁平化、透明化可以快速的响应客户的需求了解客户意向，增加联系渠道扩大信息源始沟通更快捷更人性化增加网店与客户的沟通能力。

4、为消费者提供尽可能的方便

由于工作的繁忙，生活节奏的加快，抢时间、重效益的观念已深植人们的意识之中：经济条件的改善使享受生活、享受生命成为另一种时尚与潮流，消费的方便性逐渐被人重视“不贪便宜贪方便”便是人们心态的放映。因此，必须顺应这种形式与变化，将方便顾客作为安排网店经营活动重要的目标之一，了解顾客需求，处处为顾客着想，为顾客提供周到的、便利、满意的服务，在为顾客提供便利中求得网店的发展与生存。

四、网络营销推广战略

1、电子邮件推广

电子邮件是最有效的网络许可营销方法之一。分为：广告邮件、电子杂志两种。前者通过广泛发布邮件信息获得第一注意力；后者通过用户许可，获得定期、定向宣传效果，起到事半功倍的效果；每周给网站注册者发送电子邮件通讯(e-mailnewsletter)。通讯中提供行业的新闻和一些技巧，并链接回公司网站。每月制作电子杂志，免费向会员的电子邮箱发送，同时放倒各类电子杂志网站免费让网友免费下载阅读。切记，电子杂志的内容质量是关键，不然会被当作垃圾邮件的。电子书推广：整理相关的文档，制作网站相关主题的电子书，然后在电子书中合理融入推广广告。然后把电子书放到成千的下载网站供广大精准受众免费下载。同时宣传咱们佳能公司的网站。

2、搜索引擎加注

统计表明，50%以上的自发访问量来自于搜索引擎；有效加注搜索引擎是注意力推广的必备手段之一；加注搜索引擎既要注意措辞和选这好引擎，也要注意定期跟踪加注效果，并做出合理的修正或补充；向google、雅虎和msn，搜狐，新浪，百度等知名的搜索引擎和目录网站提交网站，网站通过所提交的关键词能够出现在搜索结果结果列表里。这些收录常常需要需要一些时间。

3、网络联盟策略

首先实现同类网站互通有无，建立同盟，并做到唯我马首是瞻；其次，建立同行业(文化产业)同类型(互动社区)的网站联盟，做到互为宣传，互为推广；加入论坛联盟网摘联盟图摘联盟。特别推荐下奇虎论坛联盟、中文bbs论坛联盟、五号图摘、网摘中国、天下网摘图摘中国等等，据有关数据表明每个网站平均每天能带来100-1000的流量，其中以奇虎论坛联盟的流量最多。

4、数据库策略

注重网上调查、用户资料、访问统计等数据的收集整理，并进行客观分析，既对客户行为进行引导，又对网站建设提供现实权威的意见，是数据库策略的核心。

a.调查：在网页上搞一些小调查，问一个有趣的问题，让访客投票。投票者也许会在明天或下周再来查看调查结果。

b.有奖活动：持续的搞一些有奖活动，奖品不必太贵重，只要对你的访客来说稍有用即可。他们会常来看结果。

c.小测验：要有小测验，每周公布答案。参加者会来看正确答案。

d.新闻：提供与主题相关的新闻。一般人都喜欢最新的新闻。你如能成为他们的第一手来源，他们就会重复访问。

5、雁过留声法

6、加入友情链接联盟

加入友情链接联盟最大的一个好处就是不仅可以提高网站在互联网上的曝光率，提高网站的反向链接数量和pr值，还因为注册友情链接联盟留下了网站的信息，并为自己生成了一个自助化的友情链接系统，这样别人就可以不在通知我的情况下加好我的友情链接，使友情链接变得更加轻松。

7、软文推广

软文分别站到用户角度、站到行业角度、站到媒体角度来有计划的撰写和发布推广，促使每篇软文都能够被各种网站转摘发布，以达到最好的效果。软文要写的让用户看了有收获，标题要写的吸引网站编辑，这样才能达到最好的宣传效果。

8、口碑推广

通过免费服务，或者策划的新载体，按照口碑推广的惯用套路促使用户帮咱们进行口碑宣传。

9、论坛推广

整理50个人气最旺的相关主题网站进行有计划的发帖子，做好细节，才有好效果。这里给大家分享一个关键关键点：帖子不再多，而在于顶！活跃在在线讨论组或论坛中，并且，总是在发言中包含有你网址的签名。论坛宣传方式是我众多网站宣传方式中，最辛苦的一样，也是效果来得最快的一样。我每天要在外面那些大论坛发几十个主题贴，顶几百次帖子。而却在那些大论坛要有非常多马甲回贴才行，要不广告效果非常差。在我主要宣传的几个论坛中，其中一个论坛就有40几个id号。

五、网店的构架

(1)制作专属logo、具有自己的品牌意识

(2)利用淘宝模块装修整体店面

(3)整理产品图片达到客户满意的认知度

(4)设置个人论坛提供客户留言

(5)设置老用户群以便沟通

六、服务建立(客户支持服务)

1、顾客忠诚战略

在经营中，谁都希望客户比现在更加忠诚。但不幸的是客户通常总是没有多少理由要对提供一种产品或服务的特定卖主保持忠诚。在过剩经济时代，在所提供的产品并没有太大差别的情况下，如果客户得到的服务不足以克服价格上的差异，想要面对众多选择的客户保持忠诚是不可能的。

培养积极的客户意识，通常采取满意度调查、客户研讨会、呼叫中心和其它方式，使决策时能考虑客户的声音。

满足客户的要求让“客户永远是对的”伴随着你的工作。如果客户想要某一特定产品，你就要想办法去生产；如果客户需要以某种方式交货，你就要增加这种能力。

更多地为客户着想有时，更多地为客户着想意味着提供一件客户要求得到的产品，而不是因为该产品具有广阔的市场前景。适当牺牲一定的利益，可以赢来长久的客户忠诚。

不要仅理解客户的需要，更要理解客户的价值，当决定投资于某一特定客户时，涉及的不仅是对当前相互关系，还有未来发展潜力的估计。

2、实行实时沟通

他们要求的是在几分钟甚至几秒钟内，对他们的要求作出反馈。在他们的词典里，“及时”的意思就是“即时”、“随时”。

3、顾客关系的再造

网络营销的竞争是一种以顾客为焦点的竞争型态，争取顾客、留住顾客、扩大顾客群、亲密顾客关系、分析顾客需求、创造顾客的特性，建立顾客对于虚拟网店与网络营销的信任感。网络时代的目标市场、顾客型态、产品种类与以往会有非常大的差异，因此如何跨越地域、文化、时空差距，再造顾客关系，将会需要许多创新的盈利作为。

七、总结

通过此案例的实施能快速的响应市场了解市场动态掌控消费者购买欲望，解决经营中存在的问题，达到店面快速盈利的最总目标。

本文档由028GTXX.CN范文网提供，海量范文请访问 https://www.028gtxx.cn