# 网站推广方案策划书(汇总8篇)

来源：网络 作者：蓝色心情 更新时间：2025-05-14

*为了保障事情或工作顺利、圆满进行，就不得不需要事先制定方案，方案是在案前得出的方法计划。写方案的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？下面是小编为大家收集的方案策划书范文，仅供参考，希望能够帮助到大家。网站推广方案策划书篇一1.1网站策...*

为了保障事情或工作顺利、圆满进行，就不得不需要事先制定方案，方案是在案前得出的方法计划。写方案的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？下面是小编为大家收集的方案策划书范文，仅供参考，希望能够帮助到大家。

**网站推广方案策划书篇一**

1.1网站策划方案的价值——内容重点阐述了解决方案能给客户带来什么价值，以及通过何用方法去实现这种价值，从而帮助业务员赢取订单；另外，一份优秀的解决方案在充分挖掘、分析客户的实际需求的基础之上，又以专业化的网站开发语言、格式，有效地解决了日后开发过程中沟通问题、整理资料的方向性问题。

1.2前期策划资料收集——策划方案资料的收集情况是网站策划方案成功的关键点，它关系到是否能够准确充分地帮助客户分析、把握互联网应用价值点。往往一份策划方案未能中标，与信息的收集方法、收集范围、执行态度、执行尺度有密切关系。太维在此公布出7项重点收集标准。

1.3网站策划思路整理——在充分收集客户数据的基础之上，需要对数据进行分析、整理，需要客户、业务员、策划师、设计师、软件工程师、编辑的齐心参与，进行分方位的分析、洽谈、融合、术语化。太维重点在7个方面推出整理标准。

1.4网站策划方案写作——此部分内容是整个标准的核心，从标准方案而言，专业网站策划方案应包括8方面的内容，但根据实际情况可以对这几方面的内容穿差运用。

1.5网站策划方案的包装与提交——一份专业的网站策划方案需要经过严格的包装才能提交给客户。里面对包装的方法、技巧，提交时的重点内容做出了详细规定。

1.6网站策划方案的讲解与演示——方案的演示与讲解系关订单的成败大事，为此太维在每一个讲解的思路，讲解的步骤，衣着打扮，谈吐举止等做出了明确的规定。

1.7网站策划方案归档/备案——网站策划方案的归档/案备可以根据公司的知识库规则的不同，而制订出不同的标准，内容以太维对知识库的整理做出了细节的.规定与整理办法。

**网站推广方案策划书篇二**

每件事情均有发生的原点，互联网应用也是一样，客户期望通过运用互联网达到什么目标？是期望提高销售额，还是期望拓展国内外市场，还是提升客户服务水平，还是推广新产品，将互联网作为其战略的一部分？只有把握住客户的商业目标，策划方案才有撰写的依据，才能有发挥的空间，才能牢牢抓住客户的需求，因此，网站策划人员需要向销售人员，甚至直接与客户接触，了解其商业目标。

3.2网站资源现状

有多少资源便能办多少事，资源现状对于网站定位，网站建设规模，网站投资与回报计划，网站运营均有重要影响，资源决定了互联网应用的空间大小，在进行企业互联网应用咨询工作时，我们需要收集以下资源：

3.2.1客户公司基本资料

这一步非常关键，客户从事的行业直接决定着其有应用互联网的方向！例如：制奶业与it业对比，从事it界主要从事信息交易，使用电脑及互联网是员工的基本技能，行业的发展也依存于电脑和互联网，企业可以通过互联网直接销售虚拟软件产品、电子产品、电脑产品、咨询产品、甚至是服务，等等多元化的信息交易；而制奶业的行业结构及人员结构相比之下则不同，制奶业的生态圈中，一般是代理商、制造商、分销售、直销店、供货商，相应的公司，有很多不需要具备电脑及互联网知识便可以运转，该行业运用互联网主要是进行生态圈内的销售管理、拓展国内外市尝招标采购等互联网应用。因此，了解客户资料非常关键。

3.2.2客户对互联网了解程度

通过直接与客户洽谈，我们可以直接地了解客户对互联网的熟练程度，我们需要思考3点内容：

a)、是用专业化的语言阐述方案还是用平民化的语言去阐述方案；

b)、客户对互联网的了解程度，让我方思考，客户是否会进行深入的互联网应用；

c)、同行竞争对手实力情况。

3.2.3洞察客户投入网站资金情况

客户投入网站资金情况对网站策划方案的规模，最终给客户的报价方案等有重要影响。

**网站推广方案策划书篇三**

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。

**网站推广方案策划书篇四**

关于怎么写策划书呢,本站策划书频道提供了策划书格式、策划书模板、策划书范文、策划书封面、活动策划书、营销策划书、项目策划书、商业策划书、网站策划书、医疗网站推广策划书方案等内容。

1、认为网站的文章内容更新一定要有规律，把站点提交给百度之后，不要今天上午更新了，明天下午才更新，或者是隔几天才更新一次，特别是新站，在百度的沙盘考察期之时一定要规律的进行更新，建议在每天的上午9点―12点之间进行更新，因为上午这段时间百度蜘蛛比较活跃，当然更新时间也可以自己定，如果每天都这个规定时间进行更新，百度蜘蛛就会在这个更新时间段来你的网站收录内容，如果你更新没有规律，让百度蜘蛛每次来你的网站之时都空手而归，久而久之百度蜘蛛找不到要吃的东西，就可能会对你网站产生不信任，从而干脆就不理你了。所以在新站考察期阶段内容的更新一定要有规律的进行。不然对你的网站过沙盘期是会有很大的影响的。

2、外链的建设的误区，网站在刚建立的时候确实需要去做一些外链来吸引百度蜘蛛来你的网站进行收录，但是很大站长往往在新站建立初期阶段就进行大规模的发布外链，而且发布了大量的垃圾外链，而文章内容十分的缺乏，从而导致蜘蛛每次来到网站都由于没有能够收录的内容从而导致对你的网站进行降权处理，而且由于一个新站外链建立的太快，从而可能会被百度认为你的网站是在作弊，作弊之后的网站一般都会被百度拔毛处理，或者直接拉进百度沙盘进行考核，这也是新站一直逃离不出百度沙盘的原因，所以这里建议新站在百度考核期外链的建立最好每天稳定几个，以后等网站收录上来之后再升至每天十几个、每天几十个，也不要今天发布几个外链，明天发布几十个外链，后天一个都不发。网站外链也要每天稳定的建立，做外链需要遁序渐进的进行。也是需要有规律的进行。当然，做外链的同时内容也要加紧更新，一定要谨记。

3、网站建立之初，不要立即把网站提交给百度，有些朋友在刚搭建好网站的时候，为了能够快点让百度给收录，匆匆忙忙就把网站提交给百度了，其实我个人觉的这样做是不太正确的，因为网站才刚刚弄好，没有内容，还不够完善，就把网站给提交给百度了。所以当百度蜘蛛来到你网站的时候，由于网站还没有什么可供百度蜘蛛收录的东西，这样有可能导致蜘蛛只收录了你的首页之后下次就不太愿意来了，可能会隔个十天半个月才会来一次。所以我个人认为，在网站搭建好了，然后就写几篇原创的文章，这里特别提示下，文章一定要高质量，具有价值的，最好字数超过800以上。而不是随便写一些就当原创文章发表了，另外网站的标题，关键词、描述一定要定好，不能两天一小改，三天一大改。等把你的网站的内容完善之后，这个过程可能需要数天的时间来完成，然后再提交给百度。

4、网站的内容的问题，很多人为了能使网站拥有更多内容让百度收录，往往会在网上进行大量的转载，大量的复制互联网上高度重复的内容，甚至还会用采集软件进行大量的采集，以我个人做站的经验来看，新站在百度考查期千万不要做这些行为，这些行为只会让百度蜘蛛讨厌你的网站，很容易造成网站被百度给k站，为什么呢?因为百度蜘蛛是很讨厌互联网上高度重复的内容的。我来打个比方，在你家里，每天都是你老婆给你做饭吃，而你老婆每一餐每一顿饭都给你做一样的菜，天天如此，就是没有新鲜的菜，你会感到厌恶吗?我想肯定会的，百度蜘蛛也是如此，你转载了大量的网上高度重复的文章，百度蜘蛛每次来你网站看见的都是相同的东西，你的网站都是百度蜘蛛不愿意吃的东西，而且每次来都是如此，每次来都没有一点新鲜的美味，时间一长百度蜘蛛对你的网站就产生了厌恶感，从而对你的网站进行降权，以后就不愿意来你的网站收录了。

网站推广需要找到一个很好的团队才能操作的完美，才能达到好的效果。“武汉耀杰科技”就可以在很多角度去分析一些网站推广的侧重点，站在消费者的视角，选择一个大家都感兴趣的范围，定位一个网站的内容。是感情方面的内容还是工作方面的，家庭生活方面的，定位一些关键字。只有出现这些关键字，才可以对产品达到推广的目的，定位一个有吸引力的标题。

**网站推广方案策划书篇五**

网站推广就是以互联网为基础，借助平台和网络媒体的交互性来辅助营销目标实现的一种新型的市场营销方式。网站推广制定

策划方案

。下面是本站小编整理的网站推广策划方案范文，欢迎阅读。

近年来，伴随着因特网的飞速发展，网络增值服务已经成为现在整个通信、网络业发展的主旋律和主要推动力。网站作为一种新媒体，最核心的生命力来自它所承载和传输的信息是否具有别的媒体所不可替代的价值。广播相对于报纸是一种新媒体，因为报纸无法承载广播所承载的信息;电视作为一种新媒体能够存在，是因为报纸和广播都不能承载电视所承载的信息。新媒体中不可替代的信息价值就是信息的形态，而信息的内容是可以替代的。形成新的信息形态是一个新媒体成长的核心因素，也是一个新媒体成熟与否的重要指标。网站能够承载传统媒体的所有信息形态，即融合了文字、图片、音频、视频等信息形态的多媒体。

网站介绍：

网站的市场定位分析及优缺点：

1、市场定位：是一个定位于商务合作﹑企业品牌的推广与包装﹑商机的发布等商务类型的门户性综合信息服务网站。

2、优缺点分析---

优势：(1)网站vip会员中不乏部分政界权威人士和商界成功人士，通过vip会员之间的互动交流而成为朋友，即可利用辐射的关系，共享各vip会员的社会人际关系资源，可以最大范围的扩大用户自身的人脉关系网。

(2)专业强劲的技术后台支持与独具特色的运作模式和诚挚的商业信誉使之成为全球范围内本土领域服务性能最广的商务网站，在客户群中具有良好的口碑。

(3)在全球拥有各个不同种类的客户群体30多万，具有良好的发展前景。

(4)网站服务内容众多，用户选择范围较广，并且集商务﹑供求﹑招商等于一体，信息全面。

劣势：(1)网站推出时间不长，还欠缺知名度。

(2)用户暂时过于单一，基本上是网站的老用户。

3、发展机会：(1)电子商务用户使用率增长较快

(2)较好的经营主题带动网站的推广

(3)商务类型网站是互连网信息服务发展的新趋势

4、潜在威胁：(1)现有的电子商务网站与网站争抢客户

(2)网站无强有力的多方联合网站，将使得网站面对竞争网站的压力增大。

5、网站卖点荟萃：(1)网站的整体规划优势及品牌优势

(2)内容繁多的栏目信息

(3)电子商务的发展前景

(4)较强的广告投放空间

(5)最大范围的扩大商务用户自身的人脉关系网。

6、目标客户群分析：

地域：以网站为依托，吸引投资家们以及部分跨区域的商务用户人群

职业：涵盖了温籍海内外人士，投资家以及中小企业主等商务用户

推广策略：

1、推广指导原则：

(2)推广原则：高效、经济、实用

2、具体的网站推广方法：

(1)网下推广：员工的服装印上网址---在给员工发的职业服装上印上本网站的网址，当员工在上班和回家的路上都会在无形中给自己的网站作宣传。

发布新闻会---设计一个主题鲜明的新闻发布会可以让更多的媒体免费为网站宣传，并且还可以树立网站的形象。

在电视，广播，公交车，报纸，路牌上做广告

制定特色的宣传语---如：商务网站中的诺亚方舟

铃声推广---结合网站内容设计一个铃声上传到其他网站，让别人免费下载

搜索引擎推广---做好搜索引擎的链接，便于用户访问

免费电邮---向商务用户提供免费的电子邮件信箱，争取最大的会员加入量

友情连接---链接所有行业网站，送给他们会员户名与密码，要使网站四通八达，不能成为孤岛。

论坛推广---在各大门户网站的论坛中灌水，使之更多的人能够了解到网站

(3)网站推广的主题活动：

形象代言人选举活动---

活动目的：(1)为了有效地宣传网站形象，树立其在社会人群中的公众形象及知名度

活动概况：(1)利用大众媒体刊登和发布网站形象代言人选举活动的机关信息(包括参赛的时间，地点，条件，资格，报名细则等)

(2)设计印刷宣传单大量发行和派送

(3)前期宣传主要用本次选举活动来制造声势，公布网站正式运营日为选举活动决赛

(5)组织评审团对参赛小组考核，评分(包括身材，相貌，学历，才艺展示，对商务运作的理解等多项考核)

(6)比赛分淘汰式初赛，选拔式复赛和决赛三个阶段进行

(7)决赛定在网站正式运营日，当日产生冠军(运营日一大卖点)

媒体公关：

正式运营日活动内容：媒体见面会网站品牌推广﹑网站理念宣示等

商务联谊酒会---

邀请知名人士，企业家以及一些中小企业主举行一个商务联谊酒会

以上就是我为网站所做的推广方案

策划书

，如有不足，敬请指教。

第一部分 网站实体部分

一、网站策划运营方案计划

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。

二、网站运营方案之市场分析

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。

三、网站运营方案之整体市场战略

(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。

四、网站运营方案之网站技术解决方案

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。

五、网站运营方案之网站内容策划

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。

六、网站运营方案之网页设计

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。

七、网站运营方案之网站维护

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。

八、网站运营方案之网站测试

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。

九、网站运营之网站发布与推广

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。

网站建立之后通过测试阶段之后，关键就在于推广了。怎么才能让企业或是其他对我们网站感兴趣的客户找到我们的网站，发现我们的产品呢?如何让潜在顾客顺利找到我们呢?这些都是推广策划应该解决的问题。

我们的经营模式是网站产品展示浏览、交易与交互功能于一体，用户可以通过注册成我们的会员它可直接完成商贸运作中的交易以及洽谈，或是对产品的代理以及订购等。

公司建立网站的目的及解决的问题：

1)传统运作模式效率低、成本过高。

2)对市场的反应速度慢。

3)客户服务水平无法提高。

4)市场覆盖面有局限性，无法实现跨地区、7×24式的经营。

5)为此企业必须考虑如何缩短生产周期、降低销售成本、提高服务质量、降低客户维系成本、实现零库存等多方面的因素。

要实现降低成本扩大市场的目的，首先要实现网站的的目的，推广网站显的尤为重要，网站推广需要考虑的因素很多，我们主要利用一下的方式推广我们的网站，已达到提高流量以及网站目的，主要考虑成本问题制定了一下推广方式：

(1)利用利用论坛发帖推广

我们可以利用发帖，回帖的方式大力宣传我们的网站。(到论坛发帖是为了宣传推广，但是又的时候发帖根本就没有人去看，这个时候我们就要注意发帖的方式了，我们发帖不仅仅只是限于给自己的网站推广比如说简单的告诉一个网站地址，这要我们发现根本是收不到效果的，于是可以换一种方式发帖，我们可以把我们学到的东西运用到销售管理中，到论坛发帖和大家分享是一个很好的方式，比如我们可以介绍一些产品信息，区分画笔材料知识等，这样可以潜意识的提高我们网站的访问量，这种方式对于我们是很有用的。

(2)免费登陆各大搜索引擎

利用我们所掌握的知识免费让各大搜索引擎收录我们的店铺。(现在搜索引擎营销在市场中占据了很大的地位，我们习惯了利用搜索引擎查找各种信息，利用搜索引擎我们可以增加我们网站很多的访问量。

怎样加入搜索引擎呢?基于我对这方面的理解，我们可以通过这样加入搜索引擎。免费加入百度，在浏览器的地址栏输入xxx，我们可以登陆我们的网站地址到百度。免费加入google，在地址栏输入xxx，免费加入雅虎，地址栏输入xxx，免费加入tom搜索，输入xxx，中国搜索同盟免费登录xxx，千度免费登陆xxx，协通免费登陆xxx。利用这个方法我们可以轻松加入搜索引擎。还有就是注意搜索引擎的seo，这个对于搜索引擎收录是很重要的。

(3)联合营销各得其所

找到与自己网站相关的网址，与他们组成联盟一起成长。(联合营销是网战中出现一种新的销售方式，它又关联型(很多网站相互之间既有关联，又有冲突，大家却有着共同的消费群体，我们可以找些网站与我们合作)互补型(有些网站是很有特色，渠道不同，单我们可以利用一些不同感受与他们合作带来不同的顾客)联盟型(我们可以与一些和我们网站目的相同的网站，我们可以与他们联盟一起努力，达到共同成长)创新型(除了以上的方式我们还可以突破传统的营销理念，我们可以适用商品和服务互补的方式合作，将不同的产品或服务进行嫁接，来寻找联合营销的合作伙伴。

(4)主动出击四面开花

利用博客推广和外网论坛发帖推广，加入网摘，图摘，论坛联盟，文字链等。(博客是一种新型的工具，我们将利用博客对我们的网站进行大量的宣传，博客的用户很多，也有很多人喜欢在博客里记载一些自己的东西，我们可以在自己的博客里写下我们网站建立的种种和我们网站建立期间经历的一些事情，通过这样的方式推广我们的网站。还可以加入博客圈子，加一些博友帮我们推广我们的网站。

通过外网发帖，我们可以在相关的行业网站加入我们的网站链接，但是也不能乱发贴，一定要在和网站主题相关的一些网站发布，否则有可能造成反面的影响。加入图摘，网摘等这些和加入搜索引擎相似，加入国内一些著名网摘，比如说和讯网，365key天天网摘，天极网摘，新浪爱问vivi收藏夹。)

(5)交换友情链接。

我们可以和其他网站交换友情链接，这样可以给我们带来不少的收获。寻找一些pr值较高的网站做友情链接，或是声誉比较好的网站做连接或是在一些大型网站发布广告宣传，或是交换广告位，因为我们网站也有广告。

(6)利用qq群宣传

qq是一个不错的宣传工具，我们大可以好好利用它，其次就是口碑传播，树立形象，利用我们的人际关系大力宣传我们网站。(由于我们现在使用最多的还是qq所以我们可以利用平常大家都用的软件qq进行宣传，利用qq群大力宣传我们网站，还可以在我们个性签名留下我们开网站的信息这样可以吸引不少的朋友关注，不过qq一定要记得常常在线，口碑宣传是一个很好的方法，利用我们的朋友和我们所认识的人帮我们宣传我们的网站，但是这个离不开我们优质的商品和完善的服务，能够让每个在我们店站的人主动帮我们宣传，这个可是一个很大的市场)。

(7)创建邮件列表。

我们可以创建邮件列表，这是一个不错的营销方法，可以在希网建立一个自己的邮件列表，加入一些对爱情比较感兴趣的人，定时给他们发布一些新商品的信息，让人们能够知道更多的时尚信息，或是发一些他们感兴趣的时尚新闻杂志。我们也可以加入其他人的邮件列表在上面发布一些信息从而达到扩大市场的目的。

(8)信息发布

信息发布既是网络营销的基本职能，又是一种实用的操作手段，通过互联网，不仅可以浏览到大量商业信息，同时还可以自己发布信息。在网上发布信息可以说是网络营销最简单的方式，网上有许多网站提供企业供求信息发布，并且多数为免费发布信息，有时这种简单的方式也会取得意想不到的效果。不过，最重要的是将有价值的信息及时发布在自己的网站上，以充分发挥网站的功能，比如新产品信息、优惠促销信息等。

研究表明，大多数消费者访问制造商的网站是为了查找公司联系信息或产品基本信息，网站提供的有效信息越详细，用户的满意程度越高。如果一个网站的更新周期以季度为单位，甚至整年都是一个老面孔，自然不会受到用户欢迎，也很难取得好的网络营销效果。

(9)问答式广告。

问答式广告是一种采用一问一答提问方式的网络广告。广告收阅者在收阅广告时必须正确回答了广告所提出的问题才算是真正收阅了广告，此时广告收阅者就可以取得收入了。注册通行证会员可以通过回答问答式广告来取得收入。另外通行证会员还可以通过推荐他人成为通行证会员(或美名扬会员)来取得收入。真正的双赢。

(10)搞活动可以和商家合作。

进行一些相关的活动，发动网友参加，但是一定要有很好的奖励哦，如果奖励高的话，许多人都会帮你宣传的，可以让你的网站在一段时间内得到飞跃。

(11)其它推广方法。

网络杂志形式推广，传统媒体宣传，广告宣传，线下洽谈等推广方法。

**网站推广方案策划书篇六**

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。

**网站推广方案策划书篇七**

根据专业网络广告预测机构iresearch的统计，20\_\_年中国网络广告市场规模已达到10.8亿元，比20\_\_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。

2、全面登录搜索引擎：

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。

3、网络实名：

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。

4、邮件营销推广：

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

5、网站合作推广：

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。

**网站推广方案策划书篇八**

随着网络发展的日益加快，我们身边每天都在发生日新月异的变化，我们也越来越多的将自己的惊叹送给了这些不断的惊喜。近年来，越来越多的网站走入了老百姓的生活中，为百姓的生活和工作提供了更多的便捷。xx网，它能作为商家与百姓之间的桥梁，更好的为商家服务、更好的给百姓带来实惠。所以xx网更加需要将自己的品牌深入百姓心中，形成强大的品牌效应，让百姓与商家互惠互利，达到共赢。

将全民xx网品牌推广进入哈尔滨市，让百姓更加了解xx网，通过xx网线上、线下进行兑换或者折现。进而映射到哈尔滨全市，在全市范围内提高知名度。

全民xx网以及特约商户的品牌推广

20xx年10月1日-20xx年10月3日(可根据变化而变动，如场地等因素限制)

凯德广场(埃德店)

由xx网哈尔滨运营中心主办，各商户协办。

主要针对有xx卡的消费者。

在活动现场展示、兑换实体商品，并由公司相关负责人员进行产品的展示以及对xx网功能的解说，现场分发展示册，前后张贴海报、易拉宝，并做相关意见调查反馈等。

1.市场部约谈相关冠名商家。

2.活动开始前一周，市场部组织下发传单，以确保宣传的时效性。要求有一定的表达，介绍大概的活动时间与内容。分发地点在各个合作商家附近，目的是让消费者拿到更多的xx卡。

3.在各大论坛、贴吧、微信，发表相关的宣传信息。

4.由组织人员联系会场、会场设备、购买产品、布置会场、准备意见调查反馈表。

5.预计好活动中可能出现的问题，做好准备工作和解决方案。

1.工作人员配合布置会场，包括搭帐篷，桌椅，产品摆放，音响麦克调试，准备展示册以及相关表格、文件。

2.发放展示册人员应对xx网相关功能详尽解说，是消费者清楚、了解、认同xx网模式的价值，组织人员维持现场人员秩序，记录产品兑换的品种、数量，兑换人信息、意见调查反馈、回收等面值xx卡，及时做好剩余产品盘点。

1.市场部负责清理现场卫生，回收工作用具。

2.统计产品兑换的品种、数量，兑换人信息、意见调查反馈、回收等面值xx卡，盘点剩余产品。

3.整编意见调查反馈，并对意见进行总结、分析、解决。

场地费用：商场正门门口x米xx元xx元xx卡置换(实际费用xx元)——本人看到此处不得不惊叹这位老总的思维，确实高人一等！

设备：四角架子，桌椅，xx元音响等xx元

司仪：xxx元

派单员xx名活动期间xx元活动前宣传工资xx元

海报传单画册xx元

兑换产品列表：

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