# 2024年网络销售工作计划(16篇)

来源：网络 作者：静谧旋律 更新时间：2024-09-13

*光阴的迅速，一眨眼就过去了，很快就要开展新的工作了，来为今后的学习制定一份计划。计划怎么写才能发挥它最大的作用呢？下面是我给大家整理的计划范文，欢迎大家阅读分享借鉴，希望对大家能够有所帮助。网络销售工作计划篇一小芳在东莞一条繁华的街道上有1...*

光阴的迅速，一眨眼就过去了，很快就要开展新的工作了，来为今后的学习制定一份计划。计划怎么写才能发挥它最大的作用呢？下面是我给大家整理的计划范文，欢迎大家阅读分享借鉴，希望对大家能够有所帮助。

**网络销售工作计划篇一**

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!

**网络销售工作计划篇二**

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20xx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。

**网络销售工作计划篇三**

一、网络营销实施环境初步评估

我们在讨论是否实施及如何实施网络营销之前，必须对目前基本现状有一个清醒的认识，这是我盲作的前提。

1、企业实施网上营销有一定优势，主要体现在：

(1)企业产品为高技术产品。

(2)潜在用户主要为技术人员，其网络应用程度较高。

(3)产品销售范围广，国内市场乃至国际市场。

(4)同行业网络营销运用仍处初期，较强的网上竞争对手还未出现。

(5)本企业员工计算机及网络应用已具备良好水平。

另外，开展网络客户服务也有非常优势，理由：

(1)客户服务对企业至关重要，但服务地域广，任务重，成本高。

(2)客户服务属技术指导性质，如充分沟通可远距离完成。

2、目前可能存在的不足：

(1)对网络营销认识程度还较低。未开展深入系统的研究，其应用对本企业及所在行业成长可能带来的影响还缺乏评估。

(2)尚未形成明确的网络营销工作思路，没有专业部门或专职经理承担责任整体实施。

(3)虽已建立起企业网站但由于其在表现形式、内容及资讯含量、网站功能、网站推广等地方有所不足，尚未发挥其应有的作用。

(4)现有的网站管理模式尚不完善，难以适应开展网络营销的规定。如：网站维护、更新方法，isp提供的服务等等。

(5)现行的网上反馈资讯管理是否高效应重新评估

3、论：

1、初步认为网络营销在企业具备可行性，有着良好的成长前景，运用得当可能为企业带来重大贡献，存在由此引发企业经营方法重大变革的可能。

2、本企业网络运用水平虽强于一般企业或同行，但程度有限，网络营销还处于准备阶段，还未正式起步。

保持清醒认识将有利于我们明确目标，改进不足，制定措施，快速推动。

二、企业网络营销战略拟定

制定网络营销战略需考虑的因素：

我们应该确立怎样的成长战略，以什么态度，以怎样的方法与速度推动其成长，需从下列因素考虑：

(1)从企业长远成长战略考虑

网络营销的采用，是在新的市场条件下发生的，说明企专业部与外部条件正在发生变化，能否适应这样的变化，尽可能迅速地制定对策，运用新的思维新的工具开展工作，这既关系到企业短期效益更深刻影响到企业的长期经营。

社会资讯化、企业资讯化、商务电子化，这已诗认的趋势，而网络营销正是这种变化在企业营销领域的运用，由于其相对电子商务而言更易实施，更快见效，所以优先得到了应用。网络营销的运用既是新的经营手段，同时也是企业进入网络资讯时代，开展电子商务的必要的积累与准备，其应用能力及水平直接影响企业新的条件下管理及经营的水平。

应当说，网络营销是否应被采用已不是一个可以讨论的问题，可供选择的只是如何去更好地适应，以怎样的态度与方法去适应。我认为快适应可赢得更多的空间，对企业有利。

本企业是一个技术型企业，企业核心价值在技术，时刻保持技术优势是成长的关键。但应看到，只有有效解决营销与客户服务，企业才可能有更多的精力与资源用于技术开发。

另外，从企业目前情况看，我们可否推断：当前影响企业更快成长的，其最主要障碍，是营销问题，正是此问题难以有效突破，成为了成长的瓶颈。传统办法成本高，效果缓慢。我们需要尝试新的营销手段。网络营销成为必然的选择。

(2)从企业竞争优势的获取考虑

我们的企业面临着激烈的竞争，市场条件下大多如此。能否保持竞争中的优势地位，有时甚至比企业的效益还重要。传统条件下，我们可以采取的方法极为有限，因为大家都在这么做，我们很难保证能比对手做的更好。正因如此每每出现竞争格局的大调整大多是诞生了新的技术或市场手段。

行业也是如此，本企业能在国内市场脱颖而出关键在技术，但既使在国内我们的技术优势也是有限的，更不必说与wto后即将全面进入中国的国际品牌。技术优势为我们赢得市场奠定了一定基础，但对于立志成为行业先锋的我们而言当然不应沾沾自喜，我们的市场分额还太小，还只是是个后起之秀，还未成为行专业强手。支撑我们继续赶超的仅\*技术优势是不够的，必须在营销上突破。传统的办法成本高、难度大，难以胜任。

网络营销手段的出现为我们提供了一种可能。作为后发企业，我们的优势是包袱轻、观念新、敢于探索，发扬我们的长处另辟新径，是我们赢得竞争优势的选择。早一步运用新工具，就可能赢取全新的竞争局面。

(3)从企业营销工作的特点考虑

网络营销作为新的手段，其本身具有传统方法无可比拟的先进性。运用网络平台技术企业可与客户缩短时间、空间距离，实现每周7天，每天24小时工作，运用数据库等工具可实现一对一直复营销，实现与客户充分的交互与沟通，网络营销基本上可以完成除交货及付付款外的所有工作(将来与电子商务衔接后此两点也可网上实现)。

**网络销售工作计划篇四**

经验总结

根据今年行情总结出：年后一个月内可以继续卖保暖内衣

3-4月份是伞具的销售旺季

同时3月份开始上架长袖t恤

4月份上短袖t恤，泳装

4月中旬或下旬上花花公子t恤及花花公子及其他品牌商品的夏款!

9月份卖秋款商品

10底开始保暖内衣的上架及销售，做好后勤保障工作。

做好四大方面工作

1、产品定位

找准市场定位，众观各大超级店铺或是商城旗舰店，大多数店铺产品结构比较专一(但不单一)和关联!

2、做好供货商及快递公司的沟通关系

把握好和供货商的关系可以有效的取得货源。量走的大到一定程度可以有效的降低成本! 把握好快递公司的关系可以大大减少售后工作量，比如说可以及时发货的话则不用受很急的顾客朋友的催促。可以减少快递成本!

3、做好营销推广

这是重中之重!产品有优势，价格有优势未必就卖的很火!顾客不知道这里有这类物超所值的商品卖，又如何卖的动呢?所以最主要的就是做好营销推广!个人认为最有效而见效的方式就是：直通车+用心

4、做好客服销售及售后服务

提升客服人员销售技巧!不管能不能卖成不要得罪任何一名顾客，哪怕再刁钻的顾客。售后服务应做到诚信，是自己的失误导致要敢于承认错误!承担失误所造成的损失。顾客造成的售后工作则应妥善处理。让顾客觉得理所应当需要他自身来承担所需费用。做到让顾客觉得我们服务好!

综合分析

a、重点在芭莎内衣专营店商城(重中之重)，消逝的电波，kikiki\_1975，nabasha诚信通。

b、4朋份开始，天气开始转热。尤其要做好商城的准备和销售工作。杉杉牛仔，雅兰芬内衣，绅门内裤，夏艳泳衣，情趣内衣等。

c、做好品牌选择和定位工作。表面上看公司新增好几个品牌，每天似乎很忙，但是实际想想每个店铺有什么品牌?哪些是主打?卖的好的又有哪些?其实不然，因为保暖内衣要到十一月份才进入旺季，而且天堂伞马上过销售旺季。那现在有产品结构还是很单一!当然最主要的是没有主打商品。让我们一起来分析一下各店铺的当下能卖的商品结构：《芭莎内衣专营店》妮尔莉文胸，雅兰芬吊带、内裤，杉杉牛仔。《消逝的电波》花花公子衣服、鞋子，天堂伞，杉杉牛仔。《kikiki\_1975》花花公子衣服、鞋子，天堂伞，杉杉牛仔。《沙漠中的生命绿洲》七波辉衣服、鞋子。综合观看，公司现有品牌主要是花花公子，天堂伞，杉杉牛仔，妮尔莉，雅兰芬，七波辉。而且天堂伞即将走过销售旺季。那么现有就是花花公子，杉杉牛仔，妮尔莉，雅兰芬，七波辉。杉杉牛仔在网络上推广少，整个网络卖的不理想。在我们也没有推广的情况下(推广必定要花较大的资金，而且不能保证百分百有效，很多人都不想成为第一个吃螃蟹的人)七波辉相对更新比较慢，可能由于供应商的情况，公司这一块行动一直都是拖拖拉拉。再则供应商规定江西市场不能销售。这么看来只有花花公子，妮尔莉和雅兰芬三个品牌合适推广。我本人观点并不主张要上许多个品牌，我主张找对品牌。那么在现在的情况下只能把花花公子，妮尔莉，雅兰芬做好推广和服务。打响这几个品牌，让公司在这几个品牌上成为数一数二并不是不可能。问题在于我们如何定位市场和推广及做好每一个细节。

d、定价要合理，根据自身情况和淘宝卖同类产品的行情定出合理的价格，为以后做营销推广：促销活动，搭配减价，满就送等活动做相应的工作。

e、九月份做好猫人内衣和波斯登羽绒服谈判工作。十月份中旬务必做好这两个品牌和现有的南极人保暖内衣的上架及推广工作!

店铺装修

a、在每一个产品链接中做好相关同类产品的相互链接，最好是图片链接。不要太多，8-12款热销款则可。从而更好的激起消费者购买欲。促进更大销量。

b、在淘宝店铺中每一个产品链接里加入附带产品的链接。例：花花公子衣服链接里加入手提袋和夏款薄袜(进价在一元以内，也就是购买了花花公子产品拍下就可以送，从而实现买一个商品做三个信用度的快速增加)(卢壮负责)

c、在部分热销款中加入销售记录和顾客好评贴图(可以用其他款的评价)只要让顾客朋友认可。

d、尽量做好每一个细节工作，建议在每一个商品链接结尾处加入该商品的正规授权图片，许可证等图片。让消费者更确信其可行性。

e、左侧类目多参照优秀店铺做法，尽量简洁明了，让顾客容易找到所需要商品。

综合提议

a、工作中的每个环节必须紧扣(和供应商商谈拍照事宜，尤其要注意某些品牌的进价。每一次拿回来后交给固定的某个人输入电脑存档、拍照、处理图片、上架、客服销售、拿货(重点，包括拿货时间和数量，没有的货及时跟客服人员沟通，由客服人员打电话跟顾客沟通，做到诚心诚信经营)售后等。

b、每个星期一开一次会议，凝结大家力量，多出主意，多出对策。员工对本公司运行状况最了解，所以建议多听听大家的意见!大家齐心协力公司一定更快更强的发展!

**网络销售工作计划篇五**

一、 网络营销实施环境初步评估

我们在讨论是否实施及如何实施网络营销之前，必须对目前基本现状有一个清醒的认识，这是我们工作的前提。

1、企业实施网上营销有一定优势，主要体现在：

(1)企业产品为高技术产品。

(2)潜在用户主要为技术人员，其网络应用程度较高。

(3)产品销售范围广，国内市场乃至国际市场。

(4)同行业网络营销运用仍处初期，较强的网上竞争对手还未出现。

(5)本企业员工计算机及网络应用已具备良好水平。

另外，开展网络客户服务也有非常优势，理由：

(1)客户服务对企业至关重要，但服务地域广，任务重，成本高。

(2)客户服务属技术指导性质，如充分沟通可远距离完成。

2、 目前可能存在的不足：

(1)对网络营销认识程度还较低。未开展深入系统的研究，其应用对本企业及所在行业成长可能带来的影响还缺乏评估。

(2)尚未形成明确的网络营销工作思路，没有专业部门或专职经理承担责任整体实施。

(3)虽已建立起企业网站但由于其在表现形式、内容及资讯含量、网站功能、网站推广等地方有所不足，尚未发挥其应有的作用。

(4)现有的网站管理模式尚不完善，难以适应开展网络营销的规定。如：网站维护、更新方法，isp提供的服务等等。

(5)现行的网上反馈资讯管理是否高效应重新评估

3、结论：

1、 初步认为网络营销在企业具备可行性，有着良好的成长前景，运用得当可能为企业带来重大贡献，存在由此引发企业经营方法重大变革的可能。

2、本企业网络运用水平虽强于一般企业或同行，但领先程度有限，网络营销还处于准备阶段，还未正式起步。

保持清醒认识将有利于我们明确目标，改进不足，制定措施，快速推动。

二、企业网络营销战略拟定

-、制定网络营销战略需考虑的因素：

我们应该确立怎样的成长战略，以什么态度，以怎样的方法与速度推动其成长，需从下列因素考虑：

(1)从企业长远成长战略考虑

网络营销的采用，是在新的市场条件下发生的，说明企专业部与外部条件正在发生变化，能否适应这样的变化，尽可能迅速地制定对策，运用新的思维新的工具开展工作，这既关系到企业短期效益更深刻影响到企业的长期经营。

社会资讯化、企业资讯化、商务电子化，这已是公认的趋势，而网络营销正是这种变化在企业营销领域的运用，由于其相对电子商务而言更易实施，更快见效，所以优先得到了应用。网络营销的运用既是新的经营手段，同时也是企业进入网络资讯时代，开展电子商务的必要的积累与准备，其应用能力及水平直接影响企业新的条件下管理及经营的水平。

应当说，网络营销是否应被采用已不是一个可以讨论的问题，可供选择的只是如何去更好地适应，以怎样的态度与方法去适应。我认为快适应可赢得更多的空间，对企业有利。

本企业是一个技术型企业，企业核心价值在技术，时刻保持技术优势是成长的关键。但应看到，只有有效解决营销与客户服务，企业才可能有更多的精力与资源用于技术开发。

另外，从企业目前情况看，我们可否推断：当前影响企业更快成长的，其最主要障碍，是营销问题，正是此问题难以有效突破，成为了成长的瓶颈。传统办法成本高，效果缓慢。我们需要尝试新的营销手段。网络营销成为必然的选择。

(2)从企业竞争优势的获取考虑

我们的企业面临着激烈的竞争，市场条件下大多如此。能否保持竞争中的优势地位，有时甚至比企业的效益还重要。传统条件下，我们可以采取的方法极为有限，因为大家都在这么做，我们很难保证能比对手做的更好。正因如此每每出现竞争格局的大调整大多是诞生了新的技术或市场手段。

行业也是如此，本企业能在国内市场脱颖而出关键在技术，但既使在国内我们的技术优势也是有限的，更不必说与wto后即将全面进入中国的国际品牌。技术优势为我们赢得市场奠定了一定基础，但对于立志成为行业先锋的我们而言当然不应沾沾自喜，我们的市场分额还太小，还只是是个后起之秀，还未成为行专业强手。支撑我们继续赶超的仅\*技术优势是不够的，必须在营销上突破。传统的办法成本高、难度大，难以胜任。

网络营销手段的出现为我们提供了一种可能。作为后发企业，我们的优势是包袱轻、观念新、敢于探索，发扬我们的长处另辟新径，是我们赢得竞争优势的最佳选择。早一步运用新工具，就可能赢取全新的竞争局面。

(3)从企业营销工作的特点考虑

网络营销作为新的手段，其本身具有传统方法无可比拟的先进性。运用网络平台技术企业可与客户缩短时间、空间距离，实现每周7天，每天24小时工作，运用数据库等工具可实现一对一直复营销，实现与客户充分的交互与沟通，网络营销基本上可以完成除交货及付款外的所有工作(将来与电子商务衔接后此两点也可网上实现)。

**网络销售工作计划篇六**

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。

**网络销售工作计划篇七**

网络推广，尤其是网络品牌推广，不能仅局限于企业网站的高访问量，还要保证各门户网站、行业网站、社区论坛等等网络媒体对品牌频繁的曝光率，利用主流网络媒体对企业品牌的正面报道，引导其它网络媒体的大量转载，以传播企业品牌的核心信息，增强企业的网络口啤及美誉度，提升企业品牌在目标客户群中的知名度和号召力，最终影响网络用户的合作意向。根据防水建材行业特性、网络发展现状、竞争对手和我司的实际情况，结合201x年我司年度战略方向，制定此网络推广策划方案。

一、时间：201x年6月20日—201x年2月20日

二、201x年年度目标：1、完成品牌网站建设(改版)。2、完成对网站诊断、优化，增强网站用户体验、方便运营推广。3、整合各种网络推广方法。结合社会热点、事件进行炒作，利用差异化的传播途径，避免与竞争对手正面冲突。持续加大网络宣传的覆盖面，增强品牌的正面形象，为企业战略方向提供支持。4、控制网络推广费用，实现精准营销，增加网站非付费广告点击的比重。5、完成品牌新闻报道超过25个行业网站以上的10篇，报道超过15个行业网站以上的8篇，社区论坛品牌贴子浏览量超过3万人的15篇，浏览量超过5千人的贴子35篇，流览量超过1千人的贴子100篇。6、实现网站访问量达到40万人，行业论坛社区贴子浏览量120万人，品牌软文行业网站转载400余次.7、安装网上监控代码，对网站流量等数据进行有效的监控、分析、优化。实现在行业谈季网站日均访问量大于800人，行业旺季网站日均访问量大于1200人，并对网络客户的转化率进行跟踪统计。

三、20xx年度具体工作安排表：我司网络推广将分四个阶段进行(2个月为一个阶段)

阶段：6月20日—8月20日1、完成品牌网站制作(改版)，整合相关内容并添加完毕。2、对网站全面优化，重点针对搜索引擎优化(阶段)，实现企业主要关键词搜索自然排名居于前列。3、分析网民搜索习惯，针对付费搜索筛选适合我司不同阶段推广的关键词，并整合相关宣传推广内容。4、配合企业年度战略方向，选取有影响力的品牌新闻网络宣传平台，并制定品牌软文内容年度性方案。5、筛选出较有影响力的20个论坛社区平台，并对论坛贴子炒作制定年度性方案。6、每周跟进付费广告、品牌新闻发布、攒写贴子并发布论坛社区等方式进行推广宣传。7、整理收集潜在客户、竞争对手等信息，并负责跟进清理网络侵权行为及品牌负面报道。8、发展网络媒体免费合作平台，并充实完善相关专栏内容。9、完成网站访问量3万人，论坛发贴200篇,浏览人数10万人，品牌新闻报道40篇以上，实现alexa网综合排名在70万内，pr值保持为3，网站跳出率低于30%，网站转化率高于1%10.每月总结，主要针对企业网络推广效果进行分析评估，并制定相关优化建议方案。

第二阶段：8月20日—10月20日1、重点针对搜索引擎进行网站优化(第二阶段)，实现我司主要关键词居于搜索引擎前列。2、按品牌新闻及论坛贴子的年度性规划，整合相关新闻及每周攒写贴子，并完成各网络媒体的发布、更新等工作。3、针对公司十一促销活动，制作网络宣传专题，加大网络宣传力度。4、调整、优化付费广告5、整理收集潜在客户信息、分析竞争对手信息、并负责跟进清理网络侵权行为及品牌负面报道。6、发展网络媒体免费合作平台，并充实完善相关专栏内容。7、执行公司安排的其它事务。8、完成网站访问量3万人，论坛发贴200篇,浏览人数10万人，品牌新闻报道60篇以上，实现网站alexa综合排名在70万内，pr值保持为3，网站跳出率低于25%，网站转化率高于1%。9、月结、半年总结，主要针对企业网络推广效果进行分析评估，并制定相关优化方案。

第三阶段：10月20日—12月20日1、按品牌新闻及论坛贴子的年度性规划，整合相关新闻及每周攒写贴子，并完成各网络媒体的发布、更新等工作。2、针对公司元旦促销活动，制作网络宣传专题，加大网络宣传力度。3、调整、优化付费广告宣传。4、整理收集潜在客户信息、分析竞争对手信息、并负责跟进清理网络侵权行为及品牌负面报道。5、发展网络媒体免费合作平台，并充实完善相关专栏内容。6、执行公司安排的其它临时性事务。7、完成网站访问量8万人，论坛发贴200篇,浏览人数25万人，品牌新闻报道60篇以上，实现网站alexa综合排名在50万内，pr值升级为5，网站跳出率低于22%，网站转化率高于1%。8、周结、月结，主要针对企业网络推广效果进行分析评估，并制定相关优化方案。

第四阶段：12月20日—2月20日1、按品牌新闻及论坛贴子的年度性规划，整合相关新闻及每周攒写贴子，并完成各网络媒体的发布、更新等工作。2、调整、优化付费广告宣传。3、整理收集潜在客户信息、分析竞争对手信息、并负责跟进清理网络侵权行为及品牌负面报道。4、发展网络媒体免费合作平台，并充实完善相关专栏内容。5、执行公司安排的其它临时性事务.6、完成对各竞争对手网络推广的比较、分析及总结。7、完成网站访问量10万人，论坛发贴200篇,浏览人数25万人，品牌新闻报道120篇以上，实现网站alexa综合排名在30万内，pr值升级为4，网站跳出率低于20%，网站转化率高于1%。9、月结、年结，并针对下一年度制定网络推广计划。

四、计划投入网络金额：百度预计：1万元google预计：5000元搜索引擎关键词优化：中文站点优化3000元，阿里诚信通会员续费：2600元网站建设费用：4000元行业网vip会员费用：20xx元中文站国内双线路虚拟服务器空间费用：600元/年其它：总共预计：2.72万元

**网络销售工作计划篇八**

一、网络营销实施环境初步评估

我们在讨论是否实施及如何实施网络营销之前，必须对目前基本现状有一个清醒的认识，这是我盲作的前提。

1、企业实施网上营销有一定优势，主要体现在：

(1)企业产品为高技术产品。

(2)潜在用户主要为技术人员，其网络应用程度较高。

(3)产品销售范围广，国内市场乃至国际市场。

(4)同行业网络营销运用仍处初期，较强的网上竞争对手还未出现。

(5)本企业员工计算机及网络应用已具备良好水平。

另外，开展网络客户服务也有非常优势，理由：

(1)客户服务对企业至关重要，但服务地域广，任务重，成本高。

(2)客户服务属技术指导性质，如充分沟通可远距离完成。

2、目前可能存在的不足：

(1)对网络营销认识程度还较低。未开展深入系统的研究，其应用对本企业及所在行业成长可能带来的影响还缺乏评估。

(2)尚未形成明确的网络营销工作思路，没有专业部门或专职经理承担责任整体实施。

(3)虽已建立起企业网站但由于其在表现形式、内容及资讯含量、网站功能、网站推广等地方有所不足，尚未发挥其应有的作用。

(4)现有的网站管理模式尚不完善，难以适应开展网络营销的规定。如：网站维护、更新方法，isp提供的服务等等。

(5)现行的网上反馈资讯管理是否高效应重新评估

3、论：

1、初步认为网络营销在企业具备可行性，有着良好的成长前景，运用得当可能为企业带来重大贡献，存在由此引发企业经营方法重大变革的可能。

2、本企业网络运用水平虽强于一般企业或同行，但程度有限，网络营销还处于准备阶段，还未正式起步。

保持清醒认识将有利于我们明确目标，改进不足，制定措施，快速推动。

二、企业网络营销战略拟定

制定网络营销战略需考虑的因素：

我们应该确立怎样的成长战略，以什么态度，以怎样的方法与速度推动其成长，需从下列因素考虑：

(1)从企业长远成长战略考虑

网络营销的采用，是在新的市场条件下发生的，说明企专业部与外部条件正在发生变化，能否适应这样的变化，尽可能迅速地制定对策，运用新的思维新的工具开展工作，这既关系到企业短期效益更深刻影响到企业的长期经营。

社会资讯化、企业资讯化、商务电子化，这已诗认的趋势，而网络营销正是这种变化在企业营销领域的运用，由于其相对电子商务而言更易实施，更快见效，所以优先得到了应用。网络营销的运用既是新的经营手段，同时也是企业进入网络资讯时代，开展电子商务的必要的积累与准备，其应用能力及水平直接影响企业新的条件下管理及经营的水平。

应当说，网络营销是否应被采用已不是一个可以讨论的问题，可供选择的只是如何去更好地适应，以怎样的态度与方法去适应。我认为快适应可赢得更多的空间，对企业有利。

本企业是一个技术型企业，企业核心价值在技术，时刻保持技术优势是成长的关键。但应看到，只有有效解决营销与客户服务，企业才可能有更多的精力与资源用于技术开发。

另外，从企业目前情况看，我们可否推断：当前影响企业更快成长的，其最主要障碍，是营销问题，正是此问题难以有效突破，成为了成长的瓶颈。传统办法成本高，效果缓慢。我们需要尝试新的营销手段。网络营销成为必然的选择。

(2)从企业竞争优势的获取考虑

我们的企业面临着激烈的竞争，市场条件下大多如此。能否保持竞争中的优势地位，有时甚至比企业的效益还重要。传统条件下，我们可以采取的方法极为有限，因为大家都在这么做，我们很难保证能比对手做的更好。正因如此每每出现竞争格局的大调整大多是诞生了新的技术或市场手段。

行业也是如此，本企业能在国内市场脱颖而出关键在技术，但既使在国内我们的技术优势也是有限的，更不必说与wto后即将全面进入中国的国际品牌。技术优势为我们赢得市场奠定了一定基础，但对于立志成为行业先锋的我们而言当然不应沾沾自喜，我们的市场分额还太小，还只是是个后起之秀，还未成为行专业强手。支撑我们继续赶超的仅\*技术优势是不够的，必须在营销上突破。传统的办法成本高、难度大，难以胜任。

网络营销手段的出现为我们提供了一种可能。作为后发企业，我们的优势是包袱轻、观念新、敢于探索，发扬我们的长处另辟新径，是我们赢得竞争优势的选择。早一步运用新工具，就可能赢取全新的竞争局面。

(3)从企业营销工作的特点考虑

网络营销作为新的手段，其本身具有传统方法无可比拟的先进性。运用网络平台技术企业可与客户缩短时间、空间距离，实现每周7天，每天24小时工作，运用数据库等工具可实现一对一直复营销，实现与客户充分的交互与沟通，网络营销基本上可以完成除交货及付付款外的所有工作(将来与电子商务衔接后此两点也可网上实现)。

**网络销售工作计划篇九**

随着山东区市场逐渐发展成熟，竞争日益激烈，机遇与考验并存。销售工作仍将是我们公司的工作重点，面对先期投入，正视现有市场，作为我山东区销售经理，我创业激情高涨，信心百倍，又深感责任重大。

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!

**网络销售工作计划篇十**

网络推广，尤其是网络品牌推广，不能仅局限于企业网站的高访问量，还要保证各门户网站、行业网站、社区论坛等等网络媒体对品牌频繁的曝光率，利用主流网络媒体对企业品牌的正面报道，引导其它网络媒体的大量转载，以传播企业品牌的核心信息，增强企业的网络口啤及美誉度，提升企业品牌在目标客户群中的知名度和号召力，最终影响网络用户的合作意向。根据防水建材行业特性、网络发展现状、竞争对手和我司的实际情况，结合20xx年我司年度战略方向，制定此网络推广策划方案。

一、时间：20xx年6月20日—20xx年2月20日

二、20xx年年度目标：1、完成品牌网站建设(改版)。2、完成对网站诊断、优化，增强网站用户体验、方便运营推广。3、整合各种网络推广方法。结合社会热点、事件进行炒作，利用差异化的传播途径，避免与竞争对手正面冲突。持续加大网络宣传的覆盖面，增强品牌的正面形象，为企业战略方向提供支持。4、控制网络推广费用，实现精准营销，增加网站非付费广告点击的比重。5、完成品牌新闻报道超过25个行业网站以上的10篇，报道超过15个行业网站以上的8篇，社区论坛品牌贴子浏览量超过3万人的15篇，浏览量超过5千人的贴子35篇，流览量超过1千人的贴子100篇。6、实现网站访问量达到40万人，行业论坛社区贴子浏览量120万人，品牌软文行业网站转载400余次.7、安装网上监控代码，对网站流量等数据进行有效的监控、分析、优化。实现在行业谈季网站日均访问量大于800人，行业旺季网站日均访问量大于1200人，并对网络客户的转化率进行跟踪统计。

三、20xx年度具体工作安排表：我司网络推广将分四个阶段进行(2个月为一个阶段)

第一阶段：6月20日—8月20日1、完成品牌网站制作(改版)，整合相关内容并添加完毕。2、对网站全面优化，重点针对搜索引擎优化(第一阶段)，实现企业主要关键词搜索自然排名居于前列。3、分析网民搜索习惯，针对付费搜索筛选适合我司不同阶段推广的关键词，并整合相关宣传推广内容。4、配合企业年度战略方向，选取有影响力的品牌新闻网络宣传平台，并制定品牌软文内容年度性方案。5、筛选出较有影响力的20个论坛社区平台，并对论坛贴子炒作制定年度性方案。6、每周跟进付费广告、品牌新闻发布、攒写贴子并发布论坛社区等方式进行推广宣传。7、整理收集潜在客户、竞争对手等信息，并负责跟进清理网络侵权行为及品牌负面报道。8、发展网络媒体免费合作平台，并充实完善相关专栏内容。9、完成网站访问量3万人，论坛发贴200篇,浏览人数10万人，品牌新闻报道40篇以上，实现alexa网综合排名在70万内，pr值保持为3，网站跳出率低于30%，网站转化率高于1%10.每月总结，主要针对企业网络推广效果进行分析评估，并制定相关优化建议方案。

第二阶段：8月20日—10月20日1、重点针对搜索引擎进行网站优化(第二阶段)，实现我司主要关键词居于搜索引擎前列。2、按品牌新闻及论坛贴子的年度性规划，整合相关新闻及每周攒写贴子，并完成各网络媒体的发布、更新等工作。3、针对公司十一促销活动，制作网络宣传专题，加大网络宣传力度。4、调整、优化付费广告5、整理收集潜在客户信息、分析竞争对手信息、并负责跟进清理网络侵权行为及品牌负面报道。6、发展网络媒体免费合作平台，并充实完善相关专栏内容。7、执行公司安排的其它事务。8、完成网站访问量3万人，论坛发贴200篇,浏览人数10万人，品牌新闻报道60篇以上，实现网站alexa综合排名在70万内，pr值保持为3，网站跳出率低于25%，网站转化率高于1%。9、月结、半年总结，主要针对企业网络推广效果进行分析评估，并制定相关优化方案。

第三阶段：10月20日—12月20日1、按品牌新闻及论坛贴子的年度性规划，整合相关新闻及每周攒写贴子，并完成各网络媒体的发布、更新等工作。2、针对公司元旦促销活动，制作网络宣传专题，加大网络宣传力度。3、调整、优化付费广告宣传。4、整理收集潜在客户信息、分析竞争对手信息、并负责跟进清理网络侵权行为及品牌负面报道。5、发展网络媒体免费合作平台，并充实完善相关专栏内容。6、执行公司安排的其它临时性事务。7、完成网站访问量8万人，论坛发贴200篇,浏览人数25万人，品牌新闻报道60篇以上，实现网站alexa综合排名在50万内，pr值升级为5，网站跳出率低于22%，网站转化率高于1%。8、周结、月结，主要针对企业网络推广效果进行分析评估，并制定相关优化方案。

第四阶段：12月20日—2月20日1、按品牌新闻及论坛贴子的年度性规划，整合相关新闻及每周攒写贴子，并完成各网络媒体的发布、更新等工作。2、调整、优化付费广告宣传。3、整理收集潜在客户信息、分析竞争对手信息、并负责跟进清理网络侵权行为及品牌负面报道。4、发展网络媒体免费合作平台，并充实完善相关专栏内容。5、执行公司安排的其它临时性事务.6、完成对各竞争对手网络推广的比较、分析及总结。7、完成网站访问量10万人，论坛发贴200篇,浏览人数25万人，品牌新闻报道120篇以上，实现网站alexa综合排名在30万内，pr值升级为4，网站跳出率低于20%，网站转化率高于1%。9、月结、年结，并针对下一年度制定网络推广计划。

四、计划投入网络金额：百度预计：1万元google预计：5000元搜索引擎关键词优化：中文站点优化3000元，阿里诚信通会员续费：2600元网站建设费用：4000元行业网vip会员费用：20xx元中文站国内双线路虚拟服务器空间费用：600元/年其它：总共预计：2.72万元

**网络销售工作计划篇十一**

时间总是在悄无声息的流逝，20xx年渐渐离我们远去，为了20xx年工作开展的有条不紊，现特做如下工作计划：

一、公司网站的日常维护和更新

公司网站后台信息和产品图片的及时更新，管理和更新公司网站的内容，使之处于不断更新的状态中，每天大概抽出一个小时的时间对公司网站后台上的产品的关键词，产品简介进行更新，

二、网络推广

1.关注产品信息在百度的排名情况,有针对性的注册各种b2b平台，论坛，贴吧等 (注册电子商务网站信息时，内容要详细，详细的公司资料，详细的产品供应信息)

2.利用比较知名的网站发布我司的信息及产品，扩大我司产品的知名度，比如，好喇叭，一呼百应，灯火，环球经贸，环球厨卫等。

3.因季节不同，有针对性的发布产品

1)2-4月份主要以促销品为主，广告笔-笔类，广告军刀， 修容组， 钥匙扣，收纳袋， 杯子，摆件，广告鼠标垫，调味瓶等，

2)5-7月份，主要以，广告瓶起子，扇子，野餐包， 野餐垫，沙滩休闲椅，户外餐具，防暑降温礼盒等为主

3)8-10月份 乐扣杯子，保鲜盒，旅行餐具，花瓶摆件，丝绸画， 钢化玻璃碗等

11月-明年1月， 被子，羊绒围巾，效率手册，笔记本，健身用品，干货礼盒等

4)针对特殊的节日，有针对性的发一些帖子

4.时时留意qq动态，抓住客户咨询的内容，有针对性的解答客户的问题，努力开发跟踪网上潜在的客户资源，以及时的在线工具，电话沟通等完成销售工作。

三、天助软件的管理

1.随时更新天助软件上的产品内容，新的产品信息的发布，每天抽出1个小时对于天助软件上的商机(产品关键词，产品的内容，产品标题)及时的更新，及时增加新的产品商机

2.天助软件的手动输入 每天一个小时的时间

四、产品知识的学习

产品的性能，用途的等，以便接听电话时更好的和客户进行沟通。

**网络销售工作计划篇十二**

引言

在我国服装营销这一领域的理论研究与应用刚刚起步，本论文的目的是从宏观的角度讨论整个服装业目前的发展，再推及到杭州魅力女装网络营销活动方案，挖掘在服装行业各个层次的内在关需求和潜在市场，找到魅力女装市场发展的捷径。

第1章形势分析

1、1swto分析

swot是1种常用于行业内竞争关系分析的工具，现在本策划用该模型来分析杭州魅力女装在竞争中的优劣势分析。

01、优势分析(strength)

(1)经营理念更新：建立行业门户网站，及时发布行业信息，将行业信息贯彻到企业中去，而企业的动态又会直接反馈到行业中去，行业和企业相辅相成，相互促进，利用行业优势为企业服务。

(2)技术优势：利用电子平台，发挥网络的优势，通过电子商务的技术手段开展网上商务活动。

(3)成本优势：利用电子商务，减少了现实交易中不必要的环节，利用行业性优势降低物流成本，利用电子信息手段，提高交易效率。

(4)价格优势：在网络平台上降低了交易成本，在公开的环境中，“货比三家”的行为非常方便，竞争之后的价格下降，从而吸引更多需求者加入到网站中来，尔后带动更多企业加入，如此循环往复，成为良性循环。

(5)信息优势：电子商务的开展，可以有效的客服信息不对称的问题，将信息在买卖双方之间透明化，同时可以更方便的了解行业信息以及供求信息。

(6)建立直接的btoc销售平台，直接与企业、机关、旅行社等机构进行买卖交易，使得供求双方更为方便。

(7)充分利用网络资源推广企业和产品，通过网络营销和公关肇事，提高企业影响了和知名度。

02、劣势分析(weakness)

(1)新技术营销策略的不确定性造成选择上的模糊与困难。

(2)网络销售能力的不确定性，网站建设功能的不确定性及资金的不确定性。，

(3)建立门户网站，进行网络营销，也许会受到同类服装业网站、人才招聘网站的限制。

(4)开发初期用户缺乏信任感。

(5)行业规模小，对网站的发展与开拓具有限制性。

03、机遇(opportunities)

(1)目前中国经济快速发展，人们生活品质提高，使得旅游业发展迅速，而旅游业又进1步推动人们的“购物热”，服装市场前景看好，因而旅游业对服装的需求也大大增加。

(2)随着网络经济的不断发展，有利于依靠传统销售方式的服装企业向网络营销方式发展。

(3)网络购物的方式已经有了很大转变，通过淘宝团购和秒杀的团体正在不断壮大，同时也为服装的电子商务创造了机遇。

04、威胁(threats)

(1)缺乏本土品牌，面对国际市场的知名品牌，竞争压力大，行业内品牌意识不足，产品质量参差不齐，对其他同类型产品的抵御能力不足。

(2)可能会出现类似的行业性网站，与我们形成竞争，争夺企业和客户资源。

(3)服装本身的可替代性较强。而且具有很强的季节性，模仿性。

1、2政策分析

根据浙江省十一届人大二次会议参阅文件，省政府有关专项工作情况，由浙江省发展和改革委员会对服务业发展情况201x年工作思路和重点的报告第五条所述：引导，鼓励服务业创新和品牌建设，积极鼓励服务业技术创新，业态创新和商业模式创新。培育发展总部经济，创意经济，网络经济，会展经济和工业经济，商务旅游等服务业新业态，鼓励发挥咱连锁经济，特许经营，电子商务，物流配送，专卖店，专业店等现代流通组织形式，鼓励企业积

极开展商业模式创新。研究制定推进我省服务业品牌建设的实施意见，建立“政府推动，部门联动，协会推助，企业主动”的品牌建设工作机制。制定并实施服务业标准化发展规划。

1、3技术分析

传统服装行业跨入信息时代的第1步便是成功营销这个网络载体，网站要做的首先是吸引行行色色的网民，提高网站点击率和知名度然后吸引潜在顾客，提高网站在各大搜索引擎的排名。

1、4市场分析

1、4、1宏观市场分析

21世纪，在“崇尚自由、追求个性”文化热潮的推动下，个性服饰成为服装发展的主导潮流，在国内更广受消费者的追逐与推崇。此外，伴随世界经济全球化趋势的进1步增强，服装产业的国际化特征表现得越来越充分。全球服装贸易的迅速增长，使发展中国家的出口依存度和发达国家的进口依存度呈现不断提高的趋势。

服装行业的加工和生产组织过程不需要大型专门化的机械设备，可以在较少的资本投入下运行，尽管近年来高新技术和先进的生产组织方式被不断研制出来并投入应用，但大多数服装企业仍未脱离传统的生产经营模式。这使得服装行业对劳动力成本颇为敏感。

1、4、2微观市场

我们把目标市场定在杭州，进而向整个浙江省，直至全国。这样由点到线再到面地逐步发展。

从所处的地理环境上看，杭州魅力女装选址在杭州下沙，地处经济开发区和大学城，同时，伴随着杭州地铁公交线的开通，缩短了与城区的地理差距，具有潜在的市场和优越的政策条件。杭州是1个经济发达的城市，这儿有着许多大规模的服装批发市场。人们对服装的追求层次较高，购买衣服的次数也较频繁。

从周边商业氛围来看，杭州是电子商务之都，是电子商务发展最迅速的地区，我国电子商务龙头企业阿里巴巴的所在地，网络交易风味浓厚。杭州是休闲的旅游城市。这儿会计了商业的精英，求职装备受职场工作人士亲赖，

以求提高自身形象;繁华都市频繁的舞会聚餐更是屡见不鲜，高档的晚礼服是人们虚荣心的满足和被人注目的渴望;这里的舞台表演活动庆典场次较多，舞台道具也必不可少的需求量大。

第2章网络营销战略规划

2、1细分市场

2、1、1、性别细分

女装市场：女装市场一直是服装市场的大头，其一直引领着时尚和潮流，是时尚、个性的代表。女性购买服装的频率和金额是所有服装消费群体中最多的，有得女装者得天下一说。因此众多企业和资源混战在女装市场里，女装品牌众多，各品牌之间差距不大。

男装市场：目前我国男装业的发展已具有相当的基础：男装企业拥有现代化生产设备，产品市场定位相对明确，质量比较稳定。继20xx年有12家男西服品牌荣获“中国”称号，我国男装产品实物质量的发展已达到一定的水准。

2、1、2、年龄段细分

18—30：该年龄段的消费群体是服装消费的最主要的群体。该群体具有一定的经济基础，很强的购买欲望，时尚，追求流行、个性，敢于尝试新事物，容易接受各种新品牌。该群体中很大一部分容易冲动购物。是目前服装品牌最多，竞争最激烈的细分市场。

30-45：该年龄段的消费群体是消费群体中购买单件服装价值的群体。该群体是消费群体种经济基础最为雄厚的群体。但该群体大多数人的人生观和价值观已相对成熟，因此对风格、对时尚有自己的喜好，其中相当部分人已有自己喜好的品牌，对新品牌的接受程度较低，购物理性居多。

45-65：该年龄段的消费群体事业有成，服装购买欲望一般，但对服

装有一定的高阶需求(即品牌需求)。市场上适合该年龄段的服装品牌较少，往往是有购买欲望时，却找不到适合的服装品牌。

2、2目标市场

2、2、1职业装：中国服装工业新的经济增长点

“人靠衣装马靠鞍”，穿一套大方得体的职业装去面试，能大大添加面试官对求职者的印象分。随着生活水平的提高，人们在穿衣方面也开始讲究起来。这一方面让许多找工作的大学生开始寻求高档的、有品位的服装;另一方面一些用人单位的眼光也越发挑剔，他们对于求职者在衣着方面也提出了一定要求。在这种双重的要求之下，很多找工作的大学生开始为自己置办起“求职行头”。

2、2、2中高档女装：服装市场的主力军

调查显示，在服装批发市场进行采购的人群主要以女性为主，男性只占很少的一部分。女性所占据的比例高达75%，其中，25——三十岁阶层的妇女占据的比例达50%强。在调查中发现，女性在采购服装的过程中都比较注重档次，一般都仔细比较服装的款式、颜色、价格等，有些采购者甚至现场穿上服装进行比较，选择那些符合自己条件的服装进行采购。

与此同时，我国女装业发展与国外发达国家相比还有一定的差距，中国女装发展这么多年来，都是一些区域性品牌，还没有1个能在全国形成规模和影响。

2、2、3童装：

目前的服装市场普遍存在“重女装，轻男装”，“重成人，轻童装”现象。童装市场在服装市场中的地位较低，但随着家长对儿童消费观念的变化，给童装市场带来了发展空间。

童装与成人装不同，儿童是消费者，家长却是消费的决策者，这加大了市场行销复杂性。随着独生子女人数的增加，家长在子女消费的支出将会越来越大。大多数生产服装的商家还没有真正意识到童装市场存在商机巨大的

市场空白。童装市场消费虽以中低档市场为主，家长们现阶段普遍可接受的价格也在100——150元之间，但有向高档市场发展趋势。

2、2、4宠物服装：一湖看不见底的深水

如今，家庭中喂养的小宠物们越来越像人一样，穿衣打扮追流行。因此，1个潜在的宠物纺织品市场也悄然兴起。

据北京市保护小动物协会统计，目前北京约有40%的家庭养有一只或多只猫、狗、鸟、鱼等不同的宠物。而实际数字远远不止于此。天津、南京、广州、杭州、深圳、成都等地的宠物普及程度也较高，据统计，我国仅宠物狗上户口的就有6000万只。目前，我国的宠物产业尚处于起步阶段，发展空间十分广阔。

2、2、5医护装：

随着科学技术水平的发展和人们生活水平的提高，人类在穿着方面的医护服装又增添了许多新需求，比如总是喜欢性价比高、穿着舒适、美丽

、环保、抗静电、杀菌抑菌等功能性医护服装，作为自己职业健康和自身健康的选择产品。

第3章经营目标

杭州魅力女装始终怀着中国精品服装第一品牌的高远抱负，以“高档质量”、“简约时尚设计”、“最真诚服务”，“创新”，“品牌”以服装文化的品位来维护并营造企业形象为经营理念，全力将客户的企业文化与服装的设计工艺，面料融为一体，使我们提供的产品不仅仅是一件衣服，而是企业形象的整合，从而在1个平凡的工作中创造出了不平凡的价值，同客户共同打造着制服文化的天空，以一如既往的忠诚在行业内树立良好的口碑。

第4章网络营销战略

4、1product(产品)战略

4、1、1、服装网站提供的网店类产品与其他交易平台相比，信息集中专业丰富，支付方式，物流方式都比较系统更加符合现代消费心理。

4、1、2、为建立信任体制可以实行货到付款，因此消费者对产品的质量大可放心，公司有严格的质检程序。

4、1、3、各地的优秀服装导购员确保服装款式新颖，价格合理，有各种款式和面料能及时满足消费者的需求。

4、1、4、由于是网络交易平台，重视网站信息的更新和网页设计的人性化，经常听取消费者的意见建议。

4、1、5、快速物流，网站建立初期面向的是杭州浙江消费市场，所以，物流是公司本身人力成本支出的一部分，网站建设后期与物流公司合作做到快速物流，确保货物的准时准确原样送货到门。

4、2price(价格)战略

4、2、1网上集体议价：消费者可以加入“集体议价”。当某一样商品集体购买数到达50人时，可以达到9折优惠，当到达100人时，可以以低至7、5折优惠购买该产品。集体议价的价值是，它能使商家获得更多的消费者，可以真正为消费者提供实实在在的利益，从而能够更好的留住顾客。从而公司做到了薄利多销的营销手段。

4、2、2会员优惠策略：客户只要在我们网购买到1000元，我们的客户系统就会自动的将其分类为vip会员，一旦成为我们的vip会员，即可在购买时或是会员在生日时享受折购优惠。同时对公司也可以固定一部分客源。

4、2、3灵活定价策略：因为我们网站面对的大多数是女性，所以在一些特别的日子里，如三八妇女节、妈妈节、女生节等，可以实行对某些商品的超低价策略或赠送小礼品活动来吸引更多的顾客。扩大品牌知名度，提高竞争力。

4、3place(渠道)战略

4、3、1、确定渠道目标和限制条件，为消费者和公司赢取利益，尽量采用b2c模式，从生产厂商订货直接销售服装，并且鼓励网站的网点采取这种形式，建立鼓励机制。

4、3、2、明确主要的渠道交替方案，如果我们的联系的供应商无法及时满足消费者的需求，那么公司立即实行第二套方案，厂商-第一级经销商-采购员-公司-消费者的战略方式。

4、4promotion(促销)战略

4、4、1、会员机制，成为vip会员则有产品打折，服装清洗等各项服务。

4、4、2、有服装定制机制，如果消费者需要购买的服装款式是网站所没有的，消费者可以预定，网站会及时予以回复。

4、4、3、有假日服装促销

4、4、4注册新浪微博、腾讯微博、百度贴吧、19楼等有名的网站，定期更新最新流行资讯。介绍我们网站的服饰等。以吸引更多的用户。

4、4、5合作策略。建立网络联盟或网上伙伴关系，就是将企业自己的网站与他人的网站关联起来，以吸引更多的网络顾客。魅力女装可以和卖的很好的卖家结成合作伙伴联盟，相互提供网站链接地址，也可以采用站内搜索的方式，

相互提供搜索内容。

4、5客户关系管理策略

4、5、1建立消费者个人信息数据库。为用户建立起完善的个人信息数据库系统，以便随时了解用户的动态信息，用户的诉求。1个完整的有效地个人数据库对企业来数至关重要。你可以把公司的最新产品信息传递给用户，以吸引用户的好奇心，并去消费这个产品。

4、5、2定期与顾客保持联系。可以通过电话或邮件随时和客户保持联系，增加互动。询问他们对现有产品的使用感受，优缺点等，以及心目中理想产品的要求。让自己更加了解消费者。

第5章实施计划

5、1、收集各个新闻网站编辑的邮件地址，给他们递交新闻。对发过新闻的编辑重点对待，以后有新闻可以先发给他们，甚至是新闻。

5、2、黑板报。有1种东西叫黑板报，blog，专门记录企业的新闻的，google的就是这样的。可以建立2个栏目，1个是自己的黑板报，1个是别人的黑板报。在别人的黑板报帮别人记录新闻，别人也会在他们的黑板报上记录的的新闻或者你的网站介绍。

5、3在鲜果，抓虾以及天涯等网站推荐关于魅力女装的文章。如果文章好，排到前面带来的流量还是挺可观的!

5、4、在论坛宣传网站。发起1个话题，引起大家热烈讨论;在各大门户相关的服装版内回复网友疾病问题，贴子签名留自己的网站名称与连接

5、5、百度的贴吧，问吧。在贴吧、问吧里面找到相关的服装话题，回答完后连接回自己的网站。

5、6、用上rss推广。订阅的人多了，回头的几率也会大很多。

5、7、找与我们相关的论坛合作。不一定要找到每个网站的广告部或者站长，很多事情斑竹就能搞定。比如介绍童装的网站，你即可找各个网站时尚等相

关版快的斑竹，让他们把关于你的网站介绍至顶或设置精华!

5、8跟上时代的步伐。象web2、0最火的时候，只要网站是web2、0，很多blogger就会自发的介绍。就象女性朋友买衣服一样，最近流行什么，他们一定会说，还会说哪家的是这种风格。

5、9、跟相关的网站合作，资源互补。合作才有未来。

5、10到相关的blog留言，记得留下网址。搞点有深度的评论。

5、11找自己喜欢的网站，相关的网站做连接。

5、12、申请登陆网址导航站。

5、13、病毒式营销。它是指让网友自发的给你宣传，制造1种象病毒传播一样的效果。方式有很多，比如给网友提供比较独特的软件，搞笑的内容，免费服务等等。

5、14、活动宣传。策划1个活动，例如网站评比之类的，然后多联系一些协办网站，在网站上标明协办网站，让协办网站也给这次活动做上广告。博客在活动中也是1个很好的传播工具，但是你的活动必须有创意。

5、15、搜索引擎推广。把网站自身结构调整合理，然后做完上面所有的事，就等于搜索引擎优化。

第6章预算

1、网站维护和开发费用

2、公司与品牌注册

3、淘宝商城入场费用

4、品牌产品vi设计

5、办公设备

6、仓库费用

7、广告投入费用

8、职工薪资

9、其它估算：

第7章评估方案评估内容包括：

(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。

**网络销售工作计划篇十三**

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20xx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，同时网站推广也不是孤立的，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。

**网络销售工作计划篇十四**

前些日子，我接到了一个橱柜企业网络营销case，我浏览了客户公司的网站，发现整体页面色彩和布局还是很不错的。但是，由于在网站开发时没有懂得网络营销人员的参与，因此没有充分考虑为今后的搜索引擎营销提供支持。主要体现在网页的页头部分没有很好的设计，没有提供网站流量分析统计系统等方面。

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。

**网络销售工作计划篇十五**

网络推广，尤其是网络品牌推广，不能仅局限于企业网站的高访问量，还要保证各门户网站、行业网站、社区论坛等等网络媒体对品牌频繁的曝光率，利用主流网络媒体对企业品牌的正面报道，引导其它网络媒体的大量转载，以传播企业品牌的核心信息，增强企业的网络口啤及美誉度，提升企业品牌在目标客户群中的知名度和号召力，最终影响网络用户的合作意向。根据防水建材行业特性、网络发展现状、竞争对手和我司的实际情况，结合20xx年我司年度战略方向，制定此网络推广策划方案。

一、时间：20xx年6月20日—20xx年2月20日

二、20xx年年度目标：1、 完成品牌网站建设(改版)。2、完成对网站诊断、优化，增强网站用户体验、方便运营推广。3、整合各种网络推广方法。结合社会热点、事件进行炒作，利用差异化的传播途径，避免与竞争对手正面冲突。持续加大网络宣传的覆盖面，增强品牌的正面形象，为企业战略方向提供支持。4、控制网络推广费用，实现精准营销，增加网站非付费广告点击的比重。5、完成品牌新闻报道超过25个行业网站以上的10篇，报道超过15个行业网站以上的8篇，社区论坛品牌贴子浏览量超过3万人的15篇，浏览量超过5千人的贴子35篇，流览量超过1千人的贴子100篇。6、实现网站访问量达到40万人，行业论坛社区贴子浏览量120万人，品牌软文行业网站转载400余次.7、安装网上监控代码，对网站流量等数据进行有效的监控、分析、优化。实现在行业谈季网站日均访问量大于800人，行业旺季网站日均访问量大于1200人，并对网络客户的转化率进行跟踪统计。

三、20xx年度具体工作安排表：我司网络推广将分四个阶段进行(2个月为一个阶段)

第一阶段：6月20日—8月20日1、完成品牌网站制作(改版)，整合相关内容并添加完毕。2、对网站全面优化，重点针对搜索引擎优化(第一阶段)，实现企业主要关键词搜索自然排名居于前列。3、分析网民搜索习惯，针对付费搜索筛选适合我司不同阶段推广的关键词，并整合相关宣传推广内容。4、配合企业年度战略方向，选取有影响力的品牌新闻网络宣传平台，并制定品牌软文内容年度性方案。5、筛选出较有影响力的20个论坛社区平台，并对论坛贴子炒作制定年度性方案。6、每周跟进付费广告、品牌新闻发布、攒写贴子并发布论坛社区等方式进行推广宣传。7、 整理收集潜在客户、竞争对手等信息，并负责跟进清理网络侵权行为及品牌负面报道。8、发展网络媒体免费合作平台，并充实完善相关专栏内容。9、完成网站访问量3万人，论坛发贴200篇,浏览人数10万人，品牌新闻报道40篇以上，实现alexa网综合排名在70万内，pr值保持为3，网站跳出率低于30%，网站转化率高于1%10.每月总结，主要针对企业网络推广效果进行分析评估，并制定相关优化建议方案。

第二阶段：8月20日—10月20日 1、重点针对搜索引擎进行网站优化(第二阶段)，实现我司主要关键词居于搜索引擎前列。2、按品牌新闻及论坛贴子的年度性规划，整合相关新闻及每周攒写贴子，并完成各网络媒体的发布、更新等工作。3、针对公司十一促销活动，制作网络宣传专题，加大网络宣传力度。4、调整、优化付费广告 5、整理收集潜在客户信息、分析竞争对手信息、并负责跟进清理网络侵权行为及品牌负面报道。6、发展网络媒体免费合作平台，并充实完善相关专栏内容。7、执行公司安排的其它事务。8、完成网站访问量3万人，论坛发贴200篇,浏览人数10万人，品牌新闻报道60篇以上，实现网站alexa综合排名在70万内，pr值保持为3，网站跳出率低于25%，网站转化率高于1%。9、月结、半年总结，主要针对企业网络推广效果进行分析评估，并制定相关优化方案。

第三阶段：10月20日—12月20日 1、按品牌新闻及论坛贴子的年度性规划，整合相关新闻及每周攒写贴子，并完成各网络媒体的发布、更新等工作。2、针对公司元旦促销活动，制作网络宣传专题，加大网络宣传力度。3、调整、优化付费广告宣传。4、整理收集潜在客户信息、分析竞争对手信息、并负责跟进清理网络侵权行为及品牌负面报道。5、发展网络媒体免费合作平台，并充实完善相关专栏内容。6、执行公司安排的其它临时性事务。7、完成网站访问量8万人，论坛发贴200篇,浏览人数25万人，品牌新闻报道60篇以上，实现网站alexa综合排名在50万内，pr值升级为5，网站跳出率低于22%，网站转化率高于1%。8、周结、月结，主要针对企业网络推广效果进行分析评估，并制定相关优化方案。

第四阶段：12月20日—2月20日 1、按品牌新闻及论坛贴子的年度性规划，整合相关新闻及每周攒写贴子，并完成各网络媒体的发布、更新等工作。2、调整、优化付费广告宣传。3、 整理收集潜在客户信息、分析竞争对手信息、并负责跟进清理网络侵权行为及品牌负面报道。4、发展网络媒体免费合作平台，并充实完善相关专栏内容。5、 执行公司安排的其它临时性事务. 6、完成对各竞争对手网络推广的比较、分析及总结。7、完成网站访问量10万人，论坛发贴200篇,浏览人数25万人，品牌新闻报道120篇以上，实现网站alexa综合排名在30万内，pr值升级为4，网站跳出率低于20%，网站转化率高于1%。9、月结、年结，并针对下一年度制定网络推广计划。

四、计划投入网络金额：百度预计：1万元google预计：5000元搜索引擎关键词优化：中文站点优化3000元，阿里诚信通会员续费：2600元网站建设费用：4000元行业网vip会员费用：20xx元中文站国内双线路虚拟服务器空间费用：600元/年 其它：总共预计：2.72万元

**网络销售工作计划篇十六**

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

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找