# 网站运营及推广方案教程 网站运营推广计划及方案(4篇)

来源：网络 作者：月落乌啼 更新时间：2024-07-02

*为保证事情或工作高起点、高质量、高水平开展，常常需要提前准备一份具体、详细、针对性强的方案，方案是书面计划，是具体行动实施办法细则，步骤等。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的方案吗？以下是小编为大家收集的方案范文，欢迎大家分享阅读。网站运...*

为保证事情或工作高起点、高质量、高水平开展，常常需要提前准备一份具体、详细、针对性强的方案，方案是书面计划，是具体行动实施办法细则，步骤等。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的方案吗？以下是小编为大家收集的方案范文，欢迎大家分享阅读。

**网站运营及推广方案教程 网站运营推广计划及方案篇一**

\*\*\*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。

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

1、网络广告投放：

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。

较之传统媒体而言，网络媒体的特点在于其全能性及在打造和行销方面的力量。网络广告的载体基本上是多媒体、超文本格式文件，只要受众对某样产品、

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\*\*\*的广告宣传语，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。

网络排名：选择注册同\*\*\*网站密切相关词汇的网络排名，让访客在输入这些词汇后能够在显著位置找到\*\*\*网站。网络排名能够有效进行网站推广，精确地把网民引导至\*\*\*网站。如游戏、礼品、娱乐、等

4、邮件营销推广：

邮件营销是快速、高效的营销方式，但应避免成为垃圾邮件广告发送者，参加可信任的许可邮件营销。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，向目标客户定期发送邮件广告，是有效的网站推广方式; 建设自己的邮件列表，定期制作更新“\*\*\*”网站电子杂志，向“\*\*\*”会员俱乐部会员和其他订阅用户发送，能有效的联系网站访客，提高用户忠诚度。 有奖调查：启发式设问激发邮件接收人参与调查的兴趣，在线填写问卷，前1000名将获得网站送出的精美礼品;

\*\*\*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：

策划开展网站合作活动是有效的网站推广手段，且能提高访客忠诚度，持续深入的传播网站和。广泛征求友情链接，扩大网站外部链接活力，能增加网站的搜索引擎曝光率，获得理想的排名效果。与网上网下媒体展开充分合作，撰写公关文稿，关注网站发展动态，并定期在各媒体发布同其他网站进行各种合作是效果明显的网站推广方式，可以借合作伙伴的力量，促使“\*\*\*”网站的系列活动有效开展;

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。

**网站运营及推广方案教程 网站运营推广计划及方案篇二**

中心点向西南方向移动，商场企划部工作计划。以京石公路为轴心周边社区附加公交站牌、地铁口等上班人群流动做大的地点散式发放。

以社区、平房、菜市场为主一对一发放。

周六日商超为主散发。

每个社区发放情况要登记明确!发放不到的小区以社区附近站牌散发包围的方式来补充。

西里社区、蒋家坟社区、小屯社区、大瓦窑社区、五里店第一社区、五里店第二社区、丰西路社区、油泵厂社区、大井社区、长安新城社区、京铁家园社区、民岳小区社区。

宛平城地区：辖6个社区、3个村委会：户籍人口20465人

城北社区、宛平城社区、城南社区、晓月苑第一社区、晓月苑第二社区、老庄子社区、老庄子村、永合庄村、北天堂村。

长辛店镇辖9个村委会：户籍人口31975人

张郭庄村、东河沿村、辛庄村、大灰厂村、李家峪村、太子峪村、张家坟村、赵辛店村、长辛店村。

云岗街道辖9个社区：户籍人口32894人

南区第一社区、南区第二社区、云西路社区、田城社区、北区社区、北里社区、翠园社区、镇岗南里社区、大灰厂社区。

王佐镇辖8个村委会：户籍人口37385人

西庄店中心村、沙锅村中心村、怪村中心村、魏各庄中心村、西王佐中心村、南宫中心村、庄户中心村、佃起中心村。

房山区：温庄子高佃村大宁高佃

社区一对一发放数量：50000左右

散发：60000

《开了》剩余数量20000左右

对附近大学进行合作直投或散发!

散发：学校门口，食堂门口等

以商家合作为主，以能提高合作商家销售额为前提，说服商家为我院对其顾客赠送购物送健康(卡)购物满多少可获赠购物送健康(卡)

为丰台区各药店、保健用品店免费提供早早孕试纸.

序号发展渠道预计数量卡类备注

1药店/保健店6000健康大礼包(卡)

2商场/超市8000购物送健康(卡)

3美容院3000健康大礼包(卡)

4ktv3000健康大礼包(卡)

预计投放数量15000-30000张

1、试纸药店增加60家大小不限，试纸铺6000条，每个合作点放药店专用卡100张共计6000张，原有合作药店进行客户维护，整理销售和其他家医院试纸的销售情况。

2、女性用品类合作：合作方式包装内附带会员卡、女性用品实体店免费体检卡的发放，或满额送卡的方式

3、十月底启动《健康基金储备c计划》活动，联系丰台合作商家10家，工作计划《商场企划部工作计划》。市场部全力执行。杂志跟踪报道。

1、网站结构优化：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;

2、网站推广手段：登录主要搜索引擎和分类目录，提交网页内容，在大型论坛注册进行宣传，论坛友情链接;

3、推广效果评价：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，认真分析推广方法的实效性，在重点上加大力量。

1.每天统计商务通对话质量与预约关键词。

2.每天统计关键词的转换率。

3.每天统计预约患者预约对话分析，进行学习。

4.每天统计疾病咨询，针对医院主推方向，来制定下一步方案。

5.每周制作一份网络部报表个企划主任汇报一周工作。

6.每月制作一份网络报表，制定当月工作总结与下月工作计划目标给总经理并汇报本月情况以及报告下月工作方针。

1、降低当前访问中病人流失率,做到100%不流失。

2、提升对话质量,质量按照较好∶一般∶差的比值,比率达到85%∶10%∶5%的几率。

3、进一步提升北京市内成功预约率≥80%,北京市内预约流失率≤20%,北京市内成功就诊率≥80%,外围省份病人按照实际访问量即时调整,争取就诊率≥20%。

4、电话咨询病人流失率≤10%,网络及电话投诉率≤5%。

1、加强业务理论知识学习，针对性强化病种的培训与学习工作。

2、不断优化工作质量，即时与临床沟通使其更好开展工作。

3、定期进行会议讨论、学习及互动交流工作，提升回帖质量及咨询人员工作积极性。

4、随时与企划部门进行沟通，了解医院宣传动向随时调整咨询工作。

5、根据科室工作人员的个人业务水平，取长补短，避免理论知识解答的漏洞。

十一月万圣节(11月1日)hallowmas感恩节(thanksgiving)杂志设计感恩主题专刊。目录已经开始准备。

**网站运营及推广方案教程 网站运营推广计划及方案篇三**

互联网时代的诞生，让人们的生活变的更加简单，更加快捷，在家也能购物，不用花更多时间去逛街，浪费更多的时间在去购物的路上，生活方式发生了变化，我们的经营理念同时也是发生了变化，逐渐的走上了互联网之路。

网络营销的本质还是在于营销上面，所以重点在于我们的采用了哪些网络营销手段以及这些营销手段下所产生的一个效果。

我们每个做营销的人员都要知道，目标受众并不一定就是目标消费群体，目标受众是指我们通过某种媒体诉求的对象，但是，在目标消费群体才是购买我们产品的人群。

所以我们需要正确匹配我们的受众群体和消费群体，受众群体不一定是我们的消费群体，但有可能是我们潜在的消费群体。

a、目标受众群体分析（为推广打下基础）

主要是分析：年龄收入，区域，职业，阶层，性别，行为偏好，兴趣爱好等。

b、圈子分析（为圈人做好准备）

每个人都有自己兴趣爱好，他们主要在哪些地方活动。这个就是我们想要的。比如：有人喜欢去百度搜索，有人喜欢去社交网站，有人喜欢去论坛，有人喜欢聊天交流等。也就是找到他们常去活动的地方。

c、网民匹配度分析（提高有效的访问率）

这个就是分析出最有可能是目标受众，目标消费群体的群体。主要分析方式就是去cnnic一些相关互联网调查网站找数据。这些数据都是可观可靠的。

网站自身的优化相当于是一个店铺的自身装修，如果网站的体验连自己都看不过去，那么用户怎么能够喜欢呢？网站自身优化成为了一个做网络营销企业的第一步，也是重中之重。同时自身优化的时候，也是为了增加网站的收录量，能够带来自然流量，也能提高整个平台的知名度以及品牌的影响力。

网站自身优化的主要几个方面：

a、商城用户体验优化（针对用户的网站优化）

为了增加用户的体验度，尽可能的减少给用户带来的麻烦，具体的用户体验优化，需要根据网站自身的情况来优化。

b、网站的seo优化（搜索引擎优化）

seo优化主要是针对网站对搜索引擎的友好度优化，增加网站的收录量以及排名自然同时增加了自然流量。

1、标题，关键词，描述的优化：根据用户的搜索行为进行修改首页，分类页，商品页，团购，促销活动页面的修改。没一个商品页面的描述部分尽全力的弄的漂漂亮亮的。

2、网站的整个结构的优化，减少用户的繁琐操作，分类页面的商品不能使单单的一个商品的列表，更多的是推荐用户购买那些商品，把相关性增强。商品的详细页面，当用户购买一件商品的时候，需要给用户提供几种套餐，增加相关商品，不仅仅是为了销售，而且增加量用户的粘腻度。让用户这次购买了有下一次购买的欲望，同时记住我们网站。具体的可以参考京东的分类页面和商品详细页面。

3、增加网站的权威性内容。做一个让人信任的平台。

c、其他的优化（综合优化）

网站相关行业的合作，自身客服建立管理。添加行业相关的友情链接，特别是成都本地的网站。增加网站的整个权重，从而增加网站的整个收录量。提高自然排名以及流量。

1、品牌优势

2、市场优势

3、模式优势

4、产品优势

5、服务优势

熟悉了平台优势，有利于我们每个人的成长。而且对最终的品牌造势有很大的帮助。通过以上角度就会有大量的内容供我们创作。但是，从我个人的软文营销来看网络营销一直强调质量是第一，其次才是量。

那么，传播通路是和行业相关的。和消费群体有关的。

随着电子商务的发展，网络越来越多的为人们所用，为人们服务，要想达到我们想要的效果，就要做好网站推广。网站现在已经成为展示自己或者企业形象的重要途径，但是仅仅有一个网站是不可以的，重要的是推广，网络推广实质上就是把平台让更多的人知道，让大家知道我们是做什么的，能给他们带来什么，这个就是为什么要做网络推广。

网络推广，因为网络推广是网络营销的基础，也是最基本的一步，这一步走好了，一切基本安好。

a、搜索引擎竞价推广

根据公司自身的情况做相应的竞价推广，百度关键词排名推广，百度联盟推广，搜狗关键词排名竞价推广，搜狗联盟推广。

b、站外推广

本部分有专职的推广员做推广。比如百度百科，百度知道，搜狗知道，360知道，百度空间，博客等等途径。

c、新的自媒体营销

新的自媒体推广：微信、微博、qq应用等等新的自媒体应用。

d、软文营销

软文营销是目前很多企业投入少，范围广，时效长的一种营销方式。其中包含了新闻式，故事性，公关式等等多种方式，为平台打造形象品牌。重点在于新闻式的。

e、cps广告营销

cps广告就是根据销量来提成，一般来说商城都具备了cps联盟。比如京东联盟，淘宝联盟，易迅联盟等等。因为这是一个非常有效的推广方式，借助大家的力来推广网站，就是做一个顺水推舟的事情。

cps联盟包括第三方cps联盟和自建cps联盟，利用第三方cps联盟可以很快速的搭建起一个比较大的广告宣传联盟。但是这些联盟会员并不会很主动的去投放你的即时广告或者促销活动。那么在宣传与推广方面效果就会有所影响。而利用自建cps联盟可以掌控和快速反应到促销活动当中，对于整个网站的有很好的帮助。同时，由于是自建的cps联盟，在与这些会员打交道的时候比较容易沟通。他们也比较主动地去该商城上抓取一些促销信息，使这些促销推广活动效果化。

f、其他的营销方式

比如邮件营销，sns等等方式。

根据以上的这些方式选择性的做：竞价推广，软文营销，自媒体营销，seo优化。

网络影响要想达到一个好的效果，必然需要有一个良好的衡量指标。效果主要衡量指标：

1、热搜关键词的搜索表现

关键词在百度上的排名位置，有多少有排名数量。

2、品牌关键词百度收录量

在百度，360，搜狗等搜索引擎的搜索品牌关键词，搜索引擎的收录了多少网页。

3、媒体传播量（软文推广）

在计划中的媒体上投入了多少家，又被其他媒体转载了多少，内容在什么频道，在什么位置，是否成为热点等。（这些投放的效果是不是完成了预期的目标）

4、论坛传播量

在确定论坛上投放了多少次，被转载了多少次。（体现曝光量的多少）

5、目标受众影响人次

也就是点击量，有多少人点击看了内容。

6、参与用户量

如果是论坛指的的回帖数量，投票量。

7、活动参与量

活动参与量体现了整个活动推广的效果，活动的曝光力度的反馈。

8、ip量，pv量

ip更精确一些，每天商城平台的流量是多少，主要的来源是什么浏览了那些页面的分析。

9、咨询量

就是主动联系你的目标客户。比如：qq联系，电话联系，邮件联系等。

10、成交量

关于这个成交量的主动权在于销售人员的沟通能力。因为有了咨询量，没有成交量，那就是销售能力的问题。

**网站运营及推广方案教程 网站运营推广计划及方案篇四**

“酒香也怕巷子深”，这是古老的营销话题。网络，是个信息快速更迭的地方，而xx团购网要想快速崛起，就必须做好信息的传递和更新，也就是宣传推广工作。为此，在充分研究当下网络推广方式的基础上，结合xx团购网的定位、消费者群体、商品种类等，我们特制定以下可行性推广方案。

迅速提升网站的人气和美誉度，促使网站的浏览量和注册量，短期迅速增加会员人数以及销售量。同时，提高忠诚度以及对xx团购网和商家的信任度。

1、xx团购网的消费者

xx团购网的消费者主要为年龄为18x40岁的消费群体，其中，18x35岁为网购人群的主体，25x30岁人群占33.8%，18x24岁人群占30.0%，31x35岁人群占26.9%。因为这类人群热衷于休闲消费、购物、美食、夜生活、聚餐、游玩、上网。收入稳定，消费能力比较强，女性是活跃人群，大多数集中在18x30岁，以私营小老板、企业白领、学生为主。他们有网络购买和网络支付习惯、对价格敏感但愿意追求生活品质的人群，更容易转化为消费行为。概况起来可归纳为以下6类：

（1）政府、事业单位公务人员。

（2）大中企业办公、行政人员。

（3）民营企业、个体老板与职员。

（4）中学、高中、大专院校学生。

（5）各阶层中高收入百姓。

（6）外地就业、创业人员。

2、项目的主要产品

根据对网络团购趋势及网购消费者习性的调查，我们认为，xx团购网经营的产品主要有以下要求：

（1）属于大众热销品，是消费者生活消费、休闲服务必需的。

（2）消费价格不能过高，一般10x200元之间（大宗团购活动除外）。

（3）具备有一定的市场知名度，或是品牌厂商新上市的某一新产品。

（4）必需迎合18x35岁年轻人口味的消费品或娱乐服务项目。

（5）是某特定消费群体、特定时间内非买不可，并属于消耗性质的商品（服务）。

（6）主要专注于本地化生活服务，涉及餐饮、娱乐、美容美发、住宿、购物等多个方面。

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