



石家莊鐵道大學  
SHIJIAZHUANG TIEDAO UNIVERSITY

在线开放课程

网络营销促销

# 网络营销促销概述

主讲：王学辉

# 目录

- 1.1 网络营销促销概述
- 1.2 网络营销促销形式
- 1.3 网络营销促销作用
- 1.4 网络营销促销实施

# 1.1 网络营销促销概述



在线开放课程

网络促销是指利用现代化的网络技术向虚拟市场传递有关产品和服务的信息，以启发需求，引起消费者购买欲望和购买行为的各种活动。

## 1. 三个突出特点：

- 通过网络技术传递信息
- 在虚拟市场上进行的
- 互联网虚拟市场是全球性的

## 2. 网络营销促销与传统促销的区别

- 时空观念的变化
- 信息沟通方式的变化
- 消费群体和消费行为的变化
- 对网络促销的新理解

## 1.2 网络营销促销形式

- 传统营销的促销形式主要有四种：  
广告、销售促进、宣传推广和人员推销。
- 网上营销相应也有四种形式：  
网络广告、站点推广、销售促进、关系营销  
其中网络广告和站点推广是主要的网络营销促销形式。

# 1.3 网络营销促销作用



在线开放课程

- 告知功能
- 说服功能
- 反馈功能
- 创造需求
- 稳定销售

# 1.4 网络促销实施

## 1. 确定网络促销对象

- 产品的使用者
- 产品购买的决策者
- 产品购买的影响者

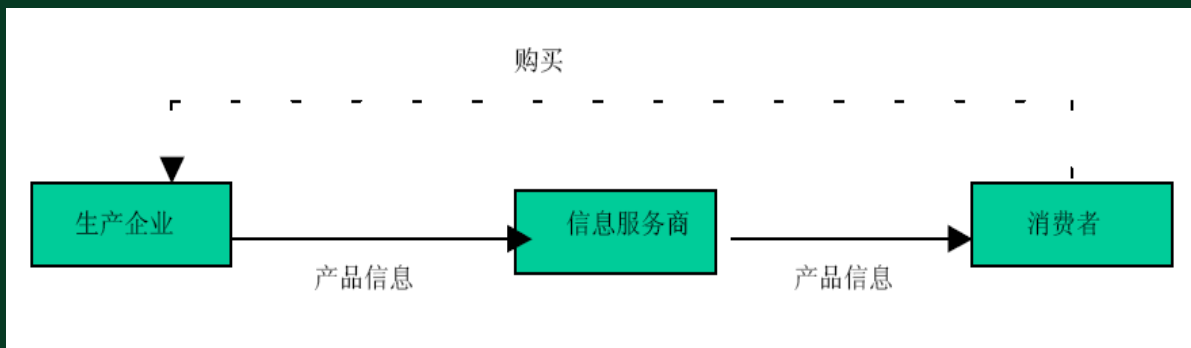
## 2. 设计网络促销内容

网络促销的**最终目标**是希望引起购买。最终目标是要通过设计具体的信息内容来实现的。

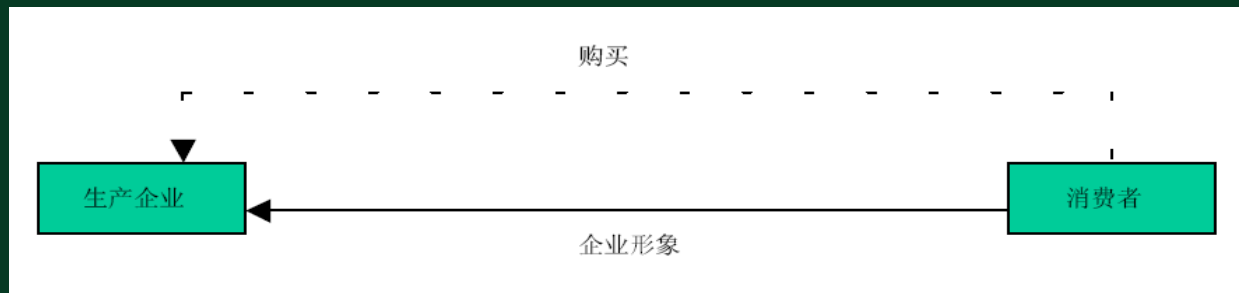


### 3. 决定网络促销组合方式

网络广告促销主要实施“推战略”，其主要功能是将企业的产品推向市场，获得广大消费者的认可。网络站点促销主要实施“拉战略”，其主要功能是将顾客牢牢地吸引过来，保持稳定的市场份额。企业应当根据自身网络促销的能力确定两种网络促销方法配合使用。



## 网络广告促销的推战略



## 网络站点促销的拉战略

#### 4. 制定网络促销预算方案

- 必须明确网上促销的方法及组合的办法
- 需要确定网络促销的目标
- 需要明确希望影响的对象

#### 5. 衡量网络促销效果

#### 6. 加强网络促销过程的综合管理

# 小结

网络营销促销的形式、作用以及实施中注意的问题