



网络营销 与策划





5

seconds



湖南师范大学出版社北京发行部
01082477073



4

seconds



湖南师范大学出版社北京发行部
01082477073



3

seconds



湖南师范大学出版社北京发行部
01082477073



2

seconds



湖南师范大学出版社北京发行部
01082477073



1

seconds



湖南师范大学出版社北京发行部

01082477073



Let's get started!



01002477070

模块十二

网络营销策划书





任务目标



- ◆ 了解网络营销实施与管理过程
- ◆ 熟悉网络营销效果评价方式和手段
- ◆ 熟悉网络营销效果评价方式和手段

能力目标



- ◆ 能对企业网络营销过程进行管理
- ◆ 能针对具体企业，制定网络营销策划书



湖南师范大学出版社北京发行部

01082477073



任务十九 制定网络营销策划书



湖南师范大学出版社北京发行部

01082477073



- 制定网络营销策划书
- 东升艾克科技有限公司初步尝到了网络营销的甜头——公司自实施网络营销以来，开拓了市场，拿到了不少订单，开始走出困境，并开拓了欧美市场。为此，公司董事会决定，2010年将网络营销作为公司的重要工作，并由副董事长领衔挂帅，全面负责领导公司本年度的网络营销工作。
- 董事会要求副董事长制定一份详细的网络营销策划书，以便董事会将网络营销工作纳入公司年度企业经营计划中。
- 副董事长该怎么制定网络营销策划书呢？





网络营销策划书的内容



湖南师范大学出版社北京发行部

01082477073



网络营销策划书案例

“最游阁”家具网络营销策划书 第一部分：营销计划

一、 产品介绍

我们的经营理念是提供种类繁多、美观实用、个性化、功能广泛、老百姓买得起的家居用品。这些年房地产蓬勃发展，随着人们生活水平不断提高，消费者生活品位也越来越高，对家具等日常家居用品的要求也越来越严格。

新开的楼盘，老的办公楼、写字楼，所有有人的地方就必须有家具，所以在公司创建初期，就选择了一条不同的道路，我们决定与大多数人站在一起，这意味着我们要满足大多数人的家居需要，即满足具有很多不同需要、品位、梦想、追求以及财力，同时希望改善家居状况并创造更美好日常生活的人的需要。要想同时实现设计精美、实用、高质量以及低价格并非易事。公司的产品系列广泛，这有几方面的含义。首先是广泛的功能，你无须往返于不同的专卖店去购买家居用品。其次，风格范围广泛。不同品位的人在这里都能找到自己的所爱。但我们的产品也不是无所不包，我们没有过于极端或过于夸张的产品。第三，通过适当协调，可同时实现广泛的功能和风格。公司与经验丰富的生产商紧密合作，找出能够充分利用原材料的方法。他们通晓如何生产低成本的家具，但同时仍旧保持原来的设计创意。仅提供设计精美、实用的广泛系列产品还不够，还应该让大多数人能够买得起。我们的产品开发员选择能够以最经济有效的方式进行生产的制造商。我们的设计师总是推出低价格的解决方案。我们的采购公司寻求最佳价格，然后通过大量采购能够拿到更低的价格。公司全体上下都正在努力创建独特的产品系列。



湖南师范大学出版社北京发行部

01082477073



网络营销策划书案例

“最游阁”家具网络营销策划书 第一部分：营销计划

二、 网络营销环境分析

（一）政治环境分析

目前，我国已将“信息化带动工业化”作为重要的战略来实施。而且中国计算机信息网络政策法规不断完善，正在应用的政策法规包括国际域名规则条例、国内域名规则条例和其他互联网规则条例，出台法规对网络的发展起到规范引导的作用，有利于企业电子商务等在网络方面的发展。从政治意义上来说，中国的互联网也许没有欧美国家的自由，但是，也许正是由于这个原因，中国的互联网比欧美国家更适合电子商务。

（二）经济环境分析

2009 年，中国的人均国民收入已达到 3500 美元。随着经济的高速增长，中国国民经济福利和社会进步状况得到了极大的改善。从总体上看，2010 年国民经济仍将保持较快增长，经济活力也进一步增强。





网络营销策划书案例

“最游阁”家具网络营销策划书 第一部分：营销计划

三、 网络营销策划

（一）网页分析

1. 网页设计风格

配合当今家具市场的所有流行元素，如奢华、古典、自然、时尚、个性、简约等，主页顶部应展示出本公司最新的家具产品，再衬以生动幽默的流动式文字，整个网页的黄、蓝、绿等暖色系进入顾客眼帘，给人一种温馨、清新自然、和谐简约的感觉。公司最具特色的就是别出心裁的游戏互动区，我们的游戏开发员设计出一款以我们公司产品为内容极有挑战和趣味的游戏，吸引更多年轻顾客浏览和增添其生活情趣，这有别于其他的家具网页，增添了不少活泼、可观性和时尚味道。

2. 网页功能设计

本网站具有家具常识问与答、游戏互动区、邮箱、在线拍卖、工作机会、客户服务、公司产品目录册、在线交易、网上支付等功能，务求做到最全面的网络营销。

3. 网页设计定位

主要是以浏览、游戏和网上交易三方面为主。功能大而全。



湖南师范大学出版社北京发行部

01082477073



网络营销策划书案例

“最游阁”家具网络营销策划书 第一部分：营销计划

（二）消费者分析

1. 网络用户分析

在网民的特征结构方面，男性、未婚、25岁以下、大专及以下、月收入在2000元以下（含无收入）网民的比例分别在网民各特征数据中占据主要地位。在职业方面，学生、专业技术人员仍然是网民主体，另外，国家机关、党群组织工作人员、企事业单位管理人员、生产和运输设备操作人员的比例和以往相比都有所增长。在行业方面，公共管理和社会组织、IT业、批发和零售业、教育、制造业是网民的主要分布行业，其他行业的网民数都有增长，网民的结构特征进一步宽泛。

2. 中国家具消费需求分析

中国家具市场规模庞大，家具市场增幅显著，市场呈现一片良好势头，在房地产业的带动下，家具市场将随之走向前所未有的热销阶段。中国家具市场未来需求旺盛，多种因素挖掘家具市场潜力需求。2008年北京奥运会和2010年上海世博会的召开+为酒店家具业带来了巨大的商机。据《消费日报》报道，今后几年北京星级饭店每年将以7%的速度增长，这其中包含的对酒店家具的需求不容忽视。同时，由于奥运会所带来大批文化和商业设施的建设，也为家具业带来了无限商机。建筑行业的蓬勃发展，必将带来家具业的巨大需求。据中国建筑材料工业协会统计，内地建筑装饰行业总产值每年平均以20%左右的速度递增，而全国家装行业总产值的增长幅度超过30%。各种商业设施和文化设施的建设，同样会带来巨大的家具市场需求。



湖南师范大学出版社北京发行部

01082477073



网络营销策划书案例

“最游阁”家具网络营销策划书

第一部分：营销计划

据调查，中青年一代是内地家具消费的主流，也是社会中收入最高、最有消费能力的一个群体。经常光顾家具市场的人群中 42 % 是 20 ~ 30 岁的消费者， 31—40 岁的占 22 %， 41 ~ 50 岁的占了 16 %， 50 ~ 60 岁的占了 10 %，其余占 10 %。因此，适合这一层次消费品位群的家具产品会较为畅销。近年，家具消费群体知识结构与生活态度正发生改变。据调查，经常光顾家具市场的人群中有 78 % 的学历均在大专学历以上。这一群体已不仅仅满足家具的功能需求，而且在寻找一种新的生活方式，以期与他们的文化层次与个人品位相吻合。而一般文化程度人群去光顾家具市场的则寥寥无几。

四、SWOT 分析

(一) S——优势

在蓬勃的房地产和建筑行业的带动下，巨大的市场需求必定为家具业带来无限商机，收入最高、最有消费能力的中青年群体作为家具消费主流说明家具消费群体知识结构与生活态度正发生改变。是家具市场所能带来的利润的有力保证。

(二) W——劣势

知名度低，缺乏有内涵的品牌形象，成本高，价格斗争激烈，许多工厂没有进口权，中间商，出口商的约束，国际化程度不够，产品技术质量，档次不够，缺乏经营人才，网络安全等问题。



湖南师范大学出版社北京发行部

01082477073



网络营销策划书案例

“最游阁”家具网络营销策划书 第一部分：营销计划

（三）O——机会

中国加入 WTO 后，可以享受优惠引进先进的技术和人才，档次较高的原材料、随着使用互联网的人越来越多，利用“游戏”这一新鲜意念融入一贯给人传统的家具经营中，务求吸引更多的潜在客户，也有利于提高公司的知名度。随着进口关税的降低，国外家具会不会大量涌入，造成对国内家具业的冲击呢？我的看法是：会有冲击，但不会太大；形成冲击有一个过程，不会来得太快。得出这种结论的原因，主要是国外家具生产和销售成本高，从争抢家具市场份额的角度看，短时间内，与国内家具业相比，并不占有太多的优势。一是国外家具生产人工费高于国内家具生产的几倍甚至十几倍；二是进口家具运费高；三是进口家具销售环节多，成本高；四是国内消费者对国外家具的消费，尚需要一个适应和成熟期。

（四）T——威胁

东盟国家的低价家具和欧美国家的高档家具的市场的占有额、国内的家具市场进行激烈的价格战、经营电子商务的家具公司越来越多。

五、营销定位

（一）模式定位——B2C

网络营销的模式主要有三种：B2B、B2C、C2C。在详细地分析网络营销的作用、公司的经营策略和考虑公司对网站建设的要求、网站定位之后，我们将网站的模式设定为 B2C。具体的分析如下：

在经过网络营销环境的分析后，可以看出它是企业与企业、企业与顾客、顾客与顾客的沟通桥梁，为企业塑造形象，向企业与顾客传递信息，联系企业与顾客之间的感情，能够为企业提供一个销售的平台。

（2）在众多的网站中，为了能够给消费者深刻的印象并记住，我们将网站定位为 B2C 模式。



湖南师范大学出版社北京发行部

01062477073



网络营销策划书案例

“最游阁”家具网络营销策划书 第一部分：营销计划

（二）内容定位

（1）提供专业的家具知识为主，融入游戏和家具自主定制意念丰富其内容

建立网站主要是为了品牌的推广，增加网站的浏览量，有一定的情感诉求，最终增加公司的销售量。虽然建网站是为了品牌的推广，但是网站上不能过多地出现企业内部信息与企业广告，因为消费者上网的目的是寻求需求的信息（39.1%）和娱乐休闲（35.7%），所以它对产品企业相关的大多信息是不感兴趣的。网络营销就是靠网站作为一个平台，通过提供给消费者一种服务而建立一种形象、一种关系。

（2）提供个性化免费服务

要想挽留消费者的心，除了专业以外，还要有个性化服务，可以与消费者之间建立稳定、长久的关系，通过游戏这一新鲜意念融入传统的经营模式中，游戏内容通过顾客利用公司的产品精心虚拟出一个“家”，从而向顾客介绍公司最新的产品，也推出奖励优惠策略，家具定制营销也是一个与顾客沟通的手段，某种程度上也树立了企业的品牌形象，进一步提高公司网站的知名度。

六、营销策略的选择

（一）产品策略

在网络营销中，网站依旧是市场竞争的重要武器。要想在激烈的竞争中取得优势，网站是一个至关重要的环节，正所谓“欲杀敌必先利其器，器不利何以劈敌”。

自然和家都在人们的生活中占据了重要的位置。网站主要以黄、蓝、绿为基本的色调，黄蓝两色完美再现了大自然——充满了阳光和清新气息，同时又朴实无华。而绿色则体现了很现代但不追赶时髦，很实用而不乏新颖，注重以人为本，把人们关注的环保问题和健康的生活方式联系在一起。这些轻松、明快的色调给人一种常年充满夏日阳光的感觉。



湖南师范大学出版社北京发行部

01082477073



网络营销策划书案例

“最游阁”家具网络营销策划书

第一部分：营销计划

首页的顶部为公司内容框架介绍，左下方为公司产品的分类，右下方为公司部分最新家具图片和价格展示，内容框架设置为 10 个按钮，分别为公司产品介绍、游戏互动区、风格实验室、网上目录手册、网站索引、搜索、客户服务、拍卖平台、家居常识问答、联系我们。

“公司产品介绍”，顾名思义，主要介绍公司每一件最新推出的家具的名称、价格和功能等相关信息，让顾客根据实际情况和需要自主选择。

“游戏互动区”，为传统的家具形象增添新鲜感和趣味，是网站的一大亮点。通过虚拟出公司的最新产品，让顾客自主进入一个完全属于自己的“虚拟居室”，营造出一个个性化的小天地，使懂得生活享受和渴望改善生活质量的青年消费者得到前所未有的体验。

“风格实验室”，免费为顾客提供各种家具设计下载软件，还有家具设计师的专业建议，甚至可以通过调和面板导航，激发顾客的创造灵感，亲自为自己的居室设计有个人风格的家具。然后咨询设计师的专业评价，可行后可立即为顾客订做“独一无二”的个性风格家具。

“网上目录手册”，介绍公司的经营理念和过往销售最好和得奖的家具产品，可以方便顾客浏览打印，进一步了解公司的产品，也为自主设计家具提供了参考。

“网站索引”公司网站地图，指引顾客找到所需的功能模板。

“搜索”方便公司产品 and 产品库存的查询。

“客户服务”为顾客提供订造、组装、送货等服务，还有退换货政策、网上交易支付等服务。

“拍卖平台”通过一些拍卖网站把积存的产品以较低价格拍卖出去，又为顾客增添了享受优惠和多次购买乐趣。

“家居常识问答”结合现在关注的家具环保问题，以专业和客观的知识为顾客解决日常生活常见的问题。

“联系我们”提供公司的联系方式和地址。



湖南师范大学出版社北京发行部

01082477073



网络营销策划书案例

“最游阁”家具网络营销策划书 第一部分：营销计划

（二）价格策略

我们在经营理念中就提到制造老百姓买得起的家具用品，同样在网络营销中，价格依旧是打动消费者的一个十分重要的因素。我们的价格策略主要有：

（1）通过游戏积分兑换优惠券。每周网站公布游戏积分排行榜情况，消费者可以根据游戏积分的不同排名来兑换不同的家具优惠券。

（2）通过拍卖方式。形式类似拍卖网站的“X元特价拍卖区”，把积存的家具以低价出售，再加以拍卖形式让消费者进行竞投，以最满意的价格得到“心头好”。

（3）我们的采购公司在全世界范围内寻找具有最合适的原材料的供应商。之后，在全球进行大批量采购，确保我们能够拿到最低的价格。

（4）灵活定价策略。在一些特殊的日子，根据不同风格的家具，可以对顾客实行超低策略或免费策略。

（三）网络推广策略

网络推广是网站建设之后一个必不可少的步骤。我们进行网站推广的目的是让尽可能多的有价值用户了解并登录本公司的网站。

1. 登录搜索引擎

搜索引擎注册是最经典、最常用的网站推广手段。中国互联网络信息中心2010年1月发的布《第25次中国互联网络发展状况统计报告》显示，用户经常使用的网络服务中，搜索引擎达73.1%。从搜索引擎来的访问者，新用户比例很高，而且所有访问者均具有极强的针对性，他们是主动找上你的网站的，所以他们对商业网站的价值也特别高。



湖南师范大学出版社北京发行部

01082477073



网络营销策划书案例

“最游阁”家具网络营销策划书 第一部分：营销计划

2. E-mail

邮箱已成为每个网民的通信工具，每当打开邮箱时便会有几家莫名其妙的公司发 E-mail 给你。虽然受邮件病毒的影响，许多网民对不明来历的邮箱不敢打开，但每次进入邮箱都能碰见同一公司或广告时，脑中已产生印象，从而起到了品牌推广的效果。

3. 论坛

为达到显著的推广效果，应该把目光放到一些知名的 BBS 上，因为其在线人数多且分布较广，所以更具有吸引力。可以以一个普通网民的身份宣传公司的网站，留下公司网址，让感兴趣的家具和游戏迷访问或发布一些软性信息，信息是传递公司对家具和游戏方面的心得。

4. 友情链接

以家居为例。

(1) <http://www.777f.com/>。

(2) 全球最大的家具行业网页 <http://www.Jiaju.cn/>。

(3) <http://www.cnfa.com.cn>。

(四) 体验营销

体验是对某些刺激所产生的内在反应。它关系到整个个体。体验大多来自于直接观看或参与某件事，无论是真实的、梦幻的，还是虚幻的。

体验一般包括感觉、感受（情感）、思维、行为（生活方式）、关系（归属感）这五个层次。

体验营销有四个特点：①注重顾客的体验；②考虑消费情况；③顾客既有理性又有感性；④随意取材的方法和手段。我们推行体验营销的目标引发顾客试用、激发顾客灵感和增加浏览量和提高知名度。



志远教育

湖南师范大学出版社北京发行部

01082477073



网络营销策划书案例

“最游阁”家具网络营销策划书

第一部分：营销计划

我们主要通过以下几个措施来操作体验营销：

(1) 最游阁游戏互动区。一个以用公司产品来虚拟自己居室的游戏，消费者可以发挥无限创意和灵感当一回自己小天地的主人和设计师，将虚拟的家具产品进行搭配，使居室更有空间感和协调，也能体现个人风格，最后结果会通过专业家具设计师和参加投票的网民来决定，根据排行榜的名次来享受不同的优惠。让消费者在选购家具的同时享受这种免费服务和优惠，这也使消费者提高生活情趣，有很大的归属感和亲切感，同时也让更多人知道我们的网站，增加更多潜在顾客。

(2) 风格实验室。里面满载机会和消费者对自己心中理想居室的无限憧憬。通过风格实验室来一次装修前大实践，通过调和面板导航，激发顾客的创造灵感，亲自为自己的居室设计有个人风格的家具。然后咨询设计师的专业评价后可立即为顾客订做“独一无二”的个性风格家具。在这里我们也许会惊喜地发现对家具设计有着极高天分的消费者，一经审核成功公司诚意邀请其加入我们这个需要不断强大和发展的家庭。

(五) 服务营销

1. 星级售后服务工程

由传统的被动式为顾客解决问题的补偿式服务逐步向主动式的增值式服务过渡，向顾客推出星级售后服务，即在用户在线购买使用最游阁家具周年时主动送上“生日”礼物，包括赠送精美的家具生日贺卡、对最游阁家具进行维护、保养、征询用户意见等超值的增值服务。这就把随叫随到的“被动式”服务升格为主动服务，不等用户打电话就主动登门给家具“体检”，把家具的“病情”消灭在萌芽状态。这种主动登门式的服务新举措，极大地满足了用户潜在需求，实现了与用户的零距离，自然会抓住消费者的“芳心”，服务同样赢得用户，服务同样创造价值。



志远教育

湖南师范大学出版社北京发行部

01082477073



网络营销策划书案例

“最游阁”家具网络营销策划书 第一部分：营销计划

2. CRM 软件应用

为了应付日益壮大的客户群必须建立完善体系才能满足客户的需求，发掘更多的顾客，同时也要最大地满足老顾客。公司选择了支持客户关系管理（CRM）以及提供链管理、人力资源和金融应用软件 Peoplesoft，采用此 CRM 软件能建立公司与顾客之间的渠道。

(1) 客户对公司提交订单时，工作人员将把资料录入 CRM 管理系统中，记录客户姓名、需求的产品类型、几时交货、负责人是谁等。而生产线处每天的生产量都要录入系统，当客户需要确定提货的时间，CRM 通过分析现在的工作量和生产时间后，计算出最快的提货时间给客户，而生产线必须按照系统所定的每天工作任务进行工作，这样既能保证客户的提货时间，又能提高公司的信誉。

(2) “好记性”是靠数字智能化的顾客服务信息系统做“后盾”。这个系统采用国际最新 CRM 客户服务信息技术，正是靠着这个数字智能化系统，最游阁星级服务中心给社区内每位最游阁用户家具产品建立了档案，运用信息化的手段，服务人员鼠标轻轻一点，电脑里就会立即显示用户的相关资料，最游阁服务人员可以根据这些记录为用户提供更为亲情化的主动服务。

(3) CRM 还能录入公司每个部门工作人员的资料和所有客户的名单。这些资料都是共享的，每个部门都能通过 CRM 进行查询，用于分析客户的需求量和产品类型，从而确定某阶段哪种家具比较好卖。这些信息也能连接到 ERP 软件中，确定采购的方向。

(4) CRM 能查询各部门员工的工作情况，在每月的会议总结上，从 CRM 中打印出员工的工作情况，而不用凭着表单便能明确哪个部门工作差，哪个部门工作好，哪些员工应被解雇，哪些员工得到转正加薪。





网络营销策划书案例

“最游阁”家具网络营销策划书 第二部分：网站导航

一、网页规划

1. 网站框架

包括网上目录手册、客户服务、网站索引、首页、最游阁游戏互动区、公司产品介绍、公司家具图片展示、搜索、风格实验室、家居常识问答、拍卖平台、友情链接。

2. 栏目划分

包括首页、公司产品介绍、游戏互动区、风格实验室、拍卖平台、网上目录手册、网站索引、搜索、客户服务、联系我们、家居常识 FAQ。

3. 各栏目内容

(1) 公司产品介绍—书柜与储物装置、办公家具和产品、厨房、家具保养和家具用品、照明、客厅家具、浴室家具（功能及价格）、每周精选、产品搭配组图。

(2) 游戏互动区—关于“最游阁”（游戏介绍及规则）、每周排名、游戏会员注册和登录、最游阁论坛、玩家交流、道具装备、任务攻略、游戏截图、玩家图片、文章搜索。

(3) 风格实验室—工作机会、创意工作室、设计师提示与灵感、测量与设计。

(4) 网上目录手册—我们的经营理念、家庭工作室、订购、过往产品、得奖作品。

(5) 搜索—产品关键字搜索、产品库存查询。

(6) 家居常识问答—常见家居问题 A&Q、各式家具储物方法、家具灯光、居室娱乐与休闲。

(7) 拍卖平台—拍卖产品类目、特价拍卖、竞投、发布求购信息、拍卖心得体验。

(8) 客户服务—预订目录册、产品库存查询、联系我们、退换货条款、组装、订造、送货、订购方式、样板间。

(9) 联系我们—公司联系地址、电话、传真。



湖南师范大学出版社北京发行部

01082477073



网络营销策划书案例

“最游阁”家具网络营销策划书 第二部分：网站导航

二、技术支持

1. 平台

ASP+SQL Server

2. 技术要点

随着公司的规模扩大，相应的对技术支持要求越来越多，公司采取把技术支持外包的办法，通过一系列制度来保证服务品质和控制外包厂商成本。

(1) 本网站使用 ASP 技术开发，充分体现灵活性和可扩充性，各栏目中的公司产品介绍、客户服务、网上目录手册、家居常识 FAQ 等都可以通过后台管理系统方便地添加文章，操作员不必懂得网页制作技术。

(2) 用户可通过订购自助系统方便添加、暂停 / 恢复、取消业务订购，所有操作第二天起生效。

(3) 提供功能强大的后台管理软件，功能包括查看每日送货情况，订单管理，月底结算，查看记录等功能，用户在网站上的操作在这里体现，界面简洁明了，操作员同样不需要懂得任何计算机技术。

(4) 计算机辅助设计部门 (CAD) 可以与转包设计部门进行连接，从而它们能更加密切合作开发新产品。

网站总体特点可以概括为“简洁、活泼、内容丰富、功能强大”。

(案例来源：《有效营销》，原文链接 http://www.em-cn.com/network_marketing/2007/0143697.shtml)



湖南师范大学出版社北京发行部

01082477073



任务实施



- 副董事长成立了一个三人团队，进行了分工。
- 团队首先通过董事会明确了企业年度经营战略和营销目标。
- 接着，团队详细了解了国内外（主要是中国和欧美）对于纺织品进出口、阻燃面料的行业标准、环保生态认证、市场准入等方面的政策信息，查询了相关技术进展情况、阻燃面料的市场应用、终端产品的价格情况、国家外汇市场变动情况等。从技术、规模、产品、价格等方面详细了解了上述地区同行竞争者的情况，知道了国内外相关产品信息主要是发布在哪些网站。团队还简单了解了上述国家社会文化、风俗习惯和经济水平，了解了不同国家对产品在风格、品牌形象等方面的需求。
- 接着，团队对公司内部的技术、组织结构、人员构成等方面进行了分析，又详细研究了一些纺织出口企业网络营销方面的成功做法。
- 经过将近三个月的准备，副董事长和他领导的团队终于拿出了一份可操作性的网络营销策划书，董事会一致通过并高度好评。

