

电子商务站点的推广：运用传统媒体进行推广 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/61/2021_2022__E7_94_B5_E5_AD_90_E5_95_86_E5_c40_61755.htm

运用传统媒体进行推广在传统媒体上发布广告同样是需要。这就是为什么1999年中国各大顶级网站纷纷斥资于电视、电台、报纸、杂志的原因。中关村地区甚至成为网站户外广告的争夺要地。而阿里巴巴(www.alibaba.com)在上了CCTV的《经济半小时》栏目和《中国经营报》之后，其知名度也直线上升。在美国，大多数的互联网公司会在多种媒体上展开广告闪电战：利用广播获得立即的关注；通过电视推广品牌、确立形象；而纸介媒体则用来填补两者的空隙。通过这样的立体广告，来吸引华尔街的金融和投资者。其实，完全可以将站点本身当成商品，运用市场营销的各种手段加以推广。当初8848不就是通过众说纷纭的“网络72小时生存测试”引起媒体极大关注而一举成名的么？同样的，企业也可以将这些工作外包出去。通常评价站点推广效果的指标有：(1) 访问量 访问量可以委托第三方，如CNNIC进行，也可以自行在页面设置计数器，来确认一定时间访问站点的流量，包括统计期间总计访问人次(Total User Sessions)、日平均页面浏览数(Average Page Views Per Day)、总计页面浏览数(Total Page Views)等。(2) 在线交易的数量与金额。(3) 请求主页链接的数量。(4) 网络广告的买主。(5) 媒体关注率企业在进行站点推广时，要经常比较这些指标，以及时调整站点内容和推广策略。100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com