

网络促销的实施：制定网络促销的预算方案 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/63/2021_2022__E7_BD_91_E7_BB_9C_E4_BF_83_E9_c40_63677.htm 网络促销的实施制定网络

促销的预算方案网络促销实施过程中，使企业感到最困难的是预算方案的制定。在Internet上促销，对于任何人来说都是一个新问题。所有的价格、条件都需要在实践中不断学习、比较和体会，不断地总结经验。只有这样，才可能用有限的精力和有限的资金收到尽可能好的效果，做到事半功倍。

首先，需要确定开展网上促销活动的方式。网络促销活动的开展可以是在企业自己的网站上进行，其费用最低，但因知名度的原因，其覆盖范围可能有限，因此可以借助于一些信息服务商进行，但不同的信息服务商的价格可能悬殊很大。

所以，企业应当认真比较投放站点的服务质量和价格，从中筛选适合于本企业促销活动开展、价格匹配的服务站点。其次，要确定网络促销的目标，是树立企业形象、宣传产品，

还是宣传服务？围绕这些目标来策划投放内容的多少，包括文案的数量、图形的多少、色彩的复杂程度，投放时间的长短、频率和密度，以及广告宣传的位置、内容更换的周期以及效果检测的方法等。确定这些细节，对整体的投资数额就有了预算的依据，与信息服务商谈判就有了一定的把握。

第三，要确定希望影响的对象，是哪个群体或哪个阶层，是国内还是国外的？因为不同网站的服务对象有较大的差别。有的网站侧重于消费者，有的侧重于学术界，有的侧重于青少年。一般来说，侧重于学术交流的网站其服务费用较低，专门的商务网站的服务费用较高，而那些搜索引擎之类的综合

性网站费用最高。在使用语言上，纯中文方式的费用较低，同时使用中英两种语言的费用较高。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