

网络促销的实施：评价网络促销的效果 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_63682.htm

网络促销的实施 评价网络促销的效果网络促销实施到一定的阶段，应对已执行的促销内容进行评价，看实际效果是否达到了预期的促销目标。对促销效果的评价主要从两个方面进行：一方面，要充分利用Internet上的统计软件，对开展促销活动以来，站点或网页的访问人数、点击次数、千人印象成本等数字进行统计。通过这些数据，促销者可以看出自己的优势与不足，以及与其他促销者的差距，从而及时对促销活动的好坏作出基本的判断。另一方面，评价要建立在实际效果全面调查分析的基础上。通过调查市场占有率的变化情况、销售量的变化情况、利润的增减情况、促销成本的升降情况，判断促销决策是否正确。同时还应注意促销对象、促销内容、促销组合等方面与促销目标的因果关系的分析，从中对整个促销工作作出正确的判断。 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