

网络促销的实施：设计网络促销的内容 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_63685.htm

网络促销的实施 设计网络促销的内容网络促销的最终目标是希望引起购买行为，这是要通过设计具体的信息内容来实现的。消费者实施购买是一个复杂的、多阶段的过程，促销内容应当根据消费者目前所处的购买决策过程的不同阶段和产品所处的生命周期的不同阶段来决定。在新产品刚刚投入市场的阶段，消费者对该产品还非常生疏，促销活动的内容应侧重于宣传产品的特点，以引起消费者的注意。当产品在市场上已有了一定的影响力，即进入成长期阶段，促销活动的内容则应偏重于唤起消费者的购买欲望；同时，还需要创造品牌的知名度。当产品进入成熟阶段后，市场竞争变得十分激烈，促销的内容除了针对产品本身的宣传外，还需要对企业形象做大量的宣传工作，树立消费者对企业产品的信心。当产品进入饱和期及衰退期时，促销活动的重点在于密切与消费者之间的感情沟通，通过各种让利促销，延长产品的生命周期。 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