

网络促销的实施：确定网络促销的组合方式 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_63687.htm 网络促销的实施确定网络促销的组合方式促销组合是一个比较复杂的问题。网上的促销活动主要通过网络广告促销和网络站点促销两种促销方法展开。但由于每个企业的产品种类、销售对象不同，促销方法与产品、销售对象之间将会产生多种网络促销的组合方式。企业应根据网络广告促销和站点促销两种方法各自的特点和优势，结合自己产品的市场状况和顾客情况，扬长避短，合理组合，以达到最佳促销效果。网络广告促销主要实施“推”战略，其主要功能是将企业的产品推向市场，获得广大消费者的认可；网络站点促销主要实施“拉”战略，其主要功能是紧紧地吸引住用户，保持稳定的市场份额。通常，日用消费品，如食品饮料、化妆品、医药制品、家用电器等，网络广告促销的效果比较好。而计算机、专用及大型机电产品等采用站点促销的方法比较有效。在产品的成长期，应侧重于网络广告促销，宣传产品的新性能、新特点。在产品的成熟期和饱和期，则应加强自身站点的建设，树立企业形象，巩固已有市场。企业可根据自身网络促销的能力确定这两种网络促销方法组合使用的比例。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