

中国网络营销行业推广模式深度分析及市场趋势预测研究报告(2024-2029版)

报告简介

网络营销(On-line Marketing或E-Marketing)是随着互联网进入商业应用而产生的,尤其是万维网(www)、电子邮件(e-mail)、搜索引擎、社交软件等得到广泛应用之后,网络营销的价值才越来越明显。其中可以利用多种手段,如E-mail营销、博客与微博营销、网络广告营销、视频营销、媒体营销、竞价推广营销、SEO优化排名营销、图文营销、短视频营销、直播营销、大学生网络营销能力秀等。总体来讲,凡是以互联网或移动互联为主要平台开展的各种营销活动,都可称之为网络营销。

也是指组织或个人基于开发便捷的互联网络,对产品、服务所做的一系列经营活动,从而达到满足组织或个人需求的全过程,网络营销是企业整体营销战略的一个组成部分,是建立在互联网基础之上借助于互联网特性来实现一定营销目标的营销手段。

网络营销可以定义为:网络营销是基于互联网络及社会关系网络连接企业、用户及公众,向用户及公众传递有价值的信息和服务,为实现顾客价值及企业营销目标所进行的规划、实施及运营管理活动。网络营销不是网上销售,不等于网站推广,网络营销是手段而不是目的,它不局限于网上,也不等于电子商务,它不是孤立存在的,不能脱离一般营销环境而存在,它应该被看做传统营销理论在互联网环境中的应用和发展。

广义地说,企业利用一切网络(包括社会网络,计算机网络;企业内部网,行业系统专线网及互联网;有线网络,无线网络;有线通信网络与移动通信网络等)进行的营销活动都可以被称为网络营销。

狭义的说,凡是以国际互联网为主要营销手段,为达到一定营销目标而开展的营销活动,称为网络营销。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写,在大量周密的市场调研基础上,主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、51行业报告网、全国及海外相关报刊杂志的基础信息以及网络营销行业研究单位等公布和提供的大量资料。报告对我国网络营销行业的供需状况、发展现状、子行业发展变化等进行了分析,重点分析了国内外网络营销行业的发展现状、如何面对行业的发展挑战、行业的发展建议、行业竞争力,以及行业的投资分析和趋势预测等等。报告还综合了网络营销行业的整体发展动态,对行业在产品方面提供了参考建议和具体解决办法。报告对于网络营销产品生产企业、经销商、行业管理部门以及拟进入该行业的投资者具有重要的参考价值,对于研究我国网络营销行业发展规律、提高企业的运营效率、促进企业的发展壮大有学术和实践的双重意义。

报告目录

第一章 网络营销相关概述

第一节 网络营销

一、网络营销特

二、网络营销体系结构

三、网络营销与电子商务

第二节 网络营销基础

一、直复营销理论

二、网络关系营销论

三、软营销理论

四、网络整合营销

第二章 2023年中国网络营销环境分析

第一节 企业内部环境

第二节 供应者

第三节 营销中介

第四节 顾客或用户

第五节 竞争者

第三章 2023年中国网络营销现状研究

第一节 2019-2023年中国网络营销发展与演进

第二节 2023年中国网络营销现状分析

第三节 2023年中国网络营销深度研究

第四章 2023年中国网络营销竞争分析

第一节 中国网络营销swot分析

第二节 中国网络营销竞争原则

第三节 中国网络营销竞争战略分析

第五章 2023年中国网络营销推广模式及发展技巧分析

第一节 2023年中国网络营销推广模式研究

一、网络推广的特点

二、网络营销的优势与弊端

三、营销方案制定思路

四、现今网络营销工具

第二节 2023年中国网络营销推广模式研究

一、搜索引擎营销

二、交换链接

三、网络广告

四、信息发布

五、博客营销

六、个性化营销

第三节 网站营销推广步骤

一、营销方案制定思路

二、现今网络营销工具

三、网络营销策略

四、网络营销策划

第六章 2023年中国网络营销细分领域分析

第一节 门户类媒体

第二节 搜索引擎类媒体

第三节 社区类媒体

第四节 博客类媒体

第五节 视频类媒体

第七章 2023年中国网络营销企业需求研究

第一节 企业网络营销预算

第二节 企业网络营销媒介认可度

第三节 企业对网络营销效果的评价

第八章 企业网络营销策略分析

第一节 企业百科推广策略

第二节 企业b2c网站运营策略研究

第三节 中小企业b2b平台推广策略

第四节 企业网站优化策略研究

第五节 电子信息百强企业网络营销研究

第九章 2024-2029年网络营销市场发展预测

第一节 2024-2029年网络营销市场规模预测

第二节 2024-2029年网络营销市场结构预测

第十章 2024-2029年中国网络营销市场趋势分析

第一节 市场环境

第二节 产品与服务

第三节 技术

第四节 媒介渠道

图表目录

图表：门户类媒体投放模式表

图表：搜索引擎类媒体投放模式表

图表：博客类媒体投放模式表

图表：社区类媒体投放模式表

图表：视频类媒体投放模式表

图表：2023年中国网络营销市场规模

图表：2023年中国门户类媒体受众性别结构

图表：2023年中国门户类媒体受众年龄结构

图表：2023年中国门户类媒体受众学历结构

图表：2023年中国门户类媒体受众收入结构

图表：门户类媒体传播模式图

图表：营销主对门户类媒体的选择意愿

图表：营销主对主要门户类媒体的接受程度

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : kf@51baogao.cn

本文地址 : <https://www.51baogao.cn/baogao/20230901/454562.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)