

微商如何做网络营销宣传推广？

产品名称	微商如何做网络营销宣传推广？
公司名称	河南刘贵商务服务有限公司
价格	.00/件
规格参数	套餐一:2000 套餐二:15000 套餐三:50000
公司地址	河南省南阳市卧龙区卧龙岗街道卧龙路经纬国际1号楼810（注册地址）
联系电话	13323693821 13140513661

产品详情

做网络营销必须要知道了解网络的特点和网络营销的形式。那目前网络营销又包括那几种形式呢?以下将做详细介绍：

网络营销目前总体分为15大形式：即搜索引擎营销、即时通讯营销、网络病毒式营销、BBS营销、网络博客营销、聊天群组营销、网络知识性营销、网络事件营销、网络口碑营销、网络直复性营销、网络视频营销、网络图片营销、网络软文营销、RSS营销、SNS营销。

第一种形式：搜索引擎营销

搜索引擎营销是目前比较主要的网站推广营销手段之一，尤其基于自然搜索结果的搜索引擎推广，因为是免费的，因此受到众多中小网站的重视，搜索引擎营销方法也成为网络营销方法体系的主要组成部分。

搜索引擎营销主要方法包括：竞价排名、分类目录登录、搜索引擎登录、付费搜索引擎广告、关键词广告、搜索引擎优化(搜索引擎自然排名)、地址栏搜索、网站链接策略等

第二种形式：即时通讯营销

即时通讯营销又叫IM营销，是企业通过即时工具IM帮助企业推广产品和品牌的一种手段，常用的主要有一种两种情况：

第一种，网络在线交流，中小企业建立了网店或者企业网站时一般会有即时通讯在线，这样潜在的客户如果对产品或者服务感兴趣自然会主动和在线的商家联系。

第二种，广告，中小企业可以通过IM营销通讯工具，发布一些产品信息、促销信息，或者可以通过图片发布一些网友喜闻乐见的表情，同时加上企业要宣传的标志。

第三种形式：病毒式营销

病毒式营销是一种常用的网络营销方法，常用于进行网站推广、品牌推广等，病毒式营销利用的是用户口碑传播的原理，在互联网上，这种“口碑传播”更为方便，可以像病毒一样迅速蔓延，因此病毒式营销(病毒性营销)成为一种高效的信息传播方式，而且，由于这种传播是用户之间自发进行的，因此几乎是不需要费用的网络营销手段。

病毒营销的巨大威力就像一颗小小的石子投入了平静的湖面，一瞬间似乎只是激起了小小的波纹，转眼湖面又恢复了宁静，但是稍候一下，你就会看到波纹在不断进行着层层叠叠的延展，短短几分钟，整个湖面都起了震荡。这就是病毒营销的魅力。

2008年。3月24号，可口可乐公司推出了火炬在线传递。而这个活动堪称经典的病毒性营销案例。如果你争取到了火炬在线传递的资格，将获得“火炬大使”的称号，头像处将出现一枚未点亮的图标，之后就可以向你的一个好友发送邀请。

第四种形式：BBS营销

BBS营销又称论坛营销，就是“利用论坛这种网络交流平台，通过文字、图片、视频等方式传播企业品牌、产品和服务的信息，从而让目标客户更加深刻地了解企业的产品和服务。达到宣传企业品牌、产品和服务的效果、加深市场认知度的网络营销活动。

BBS营销就是利用论坛的人气，通过专业的论坛帖子策划、撰写、发放、监测、汇报流程，在论坛空间提供高效传播。包括各种置顶帖、普通帖、连环帖、论战帖、多图帖、视频帖等。再利用论坛强大的聚众能力，利用论坛作为平台举办各类踩楼、灌水、贴图、视频等活动，调动网友与品牌之间的互动。而达到企业品牌传播和产品销售的目的。

第五种形式：博客营销

博客营销是通过博客网站或博客论坛接触博客作者和浏览者，利用博客作者个人的知识、兴趣和生活体验等传播商品信息的营销活动。

博客营销本质在于通过原创专业化内容进行知识分享争夺话语权，建立起个人品牌，树立自己“意见领袖”的身份，进而影响读者和消费者的思维和购买行为。

第六种形式：网络知识性营销

网络知识性营销是利用百度的“知道”、“百科”、新浪的“爱问”或企业网站自建的疑问解答板块等平台，通过与用户之间提问与解答的方式来传播企业品牌、产品和服务的信息。

网络知识性营销主要是因为扩展了用户的知识层面，让用户体验企业和个人的专业技术水平和高质服务，从而对企业和个人产生信赖和认可，达到了传播企业品牌、产品和服务的信息。

第七种形式：聊天群组营销

聊天群组营销是即时通讯工具的延伸，具体是利用各种即时聊天软件中的群功能展开的营销，目前的群有qq群、msn群、旺旺群、新浪聊天吧群、有啊群等等。

聊天群组营销时借用即时通讯工具具有成本低、即时效果和互动效果强的特点，广为企业采用。他是通过发布一些文字、图片等方式传播企业品牌、产品和服务的信息，从而让目标客户更加深刻地了解企业的产品和服务。达到宣传企业品牌、产品和服务的效果、加深市场认知度的网络营销活动。

第八种形式：网络事件营销

网络事件营销：是企业、组织主要以网络为传播平台，通过精心策划、实施可以让公众直接参与并享受乐趣的事件，并通过这样的事件达到吸引或转移公众注意力，改善、增进与公众的关系，塑造企业、组织良好的形象，以谋求企业的更大效果的营销传播活动。

第九种形式：

口碑营销实际上早已有之，地方特产、老字号厂家商铺及企业的品牌战略等，其中都包含有口碑营销的因素，网络营销则是互联网兴起以后才有的一种网上商务活动，它逐步由门户广告营销、搜索广告营销发展到网络口碑营销。

由口碑营销与网络营销有机结合起来网络口碑营销，旨在应用互联网的信息传播技术与平台，通过消费者以文字等表达方式为载体口碑信息，其中包括企业与消费者之间的互动信息，为企业营销开辟新的通道，获取新的效益。这种新营销模式的诞生，有其萌生发育的适宜外部环境。

或者，也可以把其概括为：网络口碑营销是指消费者或网民通过网络(如论坛、博客、播客、相册和视频分享网站等)渠道分享的，对品牌、产品或服务的相关讨论以及相关多媒体的信息内容。

第十种形式：网络直复营销

网络直复营销是指生产厂家通过网络直接分销渠道、直接销售产品。

第十一种形式：网络视频营销

网络视频营销就是网络视频广告，比较成功的案例有“康美之恋”

第十二种形式：网络图片营销

1、百度图片搜索营销

利用好百度空间，将产品图上传到空间相册，图片名称要包含关键词，加上简单产品描述，就能获取好的百度图片搜索排名。

2、QQ空间图片分享

一定要用吸引人的照片，美女、美景、美图，在配上吸引人的文字，就能到达病毒式分享传播。

3、论坛图片营销

标题要醒目、劲爆吸引目光，图片要赏心悦目，设计上也可以做些手段，把图片做成GIF动画，9幅图轮流切换播放，在图片左下角加了图片切换按钮，看到美女，人都忍不住去点击按钮，想再看看其它图，但只要一点，就会通过图片的超链接进入产品网页。

第十三种形式：网络软文营销

网络软文营销：软文是一种广告的方式，是相对于硬性广告而生的广告模式。传统的广告很明显的给消费者一种广告的意图，久而久之，人们对于这样的广告已经达到了百毒不侵的效果。软文是从多方面去解析产品和公司，把企业的优势、文化完美的进行剖析，特别是产品，不管是在外形、功效等方面，都可以完美的进行剖析，这样让消费者在理解产品和企业的同时，同时也可以理解到产品的优势在哪里，不知不觉中，已经走进了软文的陷阱，这就是软文营销相比传统影响所存在的优势。

所以，"软文"，就是指通过特定的概念诉求、以摆事实讲道理的方式使消费者走进企业设定的"思维圈"，以强有力的针对性心理攻击迅速实现产品销售的文字模式和口头传播。比如：新闻，第三方评论，访谈，采访，口碑。软文是基于特定产品的概念诉求与问题分析，对消费者进行针对性心理引导的一种文字模式，从本质上来说，它是企业软性渗透的商业策略在广告形式上的实现，通常借助文字表达与舆论传播使消费者认同某种概念、观点和分析思路，从而达到企业品牌宣传、产品销售的目的。（具体百度）

第十四种形式：RSS营销

RSS营销RSS也叫聚合RSS是在线共享内容的一种简易方式。网络用户可以在客户端借助于支持RSS的新闻聚合的工具软件（例如SharpReader,NewzCrawler、FeedDemon），在不打开网站内容页面的情况下阅读支持RSS输出的网站内容。

第十五种形式：SNS营销。

SNS营销：SNS，全称Social Networking Services，即社会性网络服务，专指旨在帮助人们建立社会性网络的互联网应用服务。SNS营销，随着网络社区化而兴起的营销方式。SNS社区在中国快速发展时间并不长，但是SNS现在已经成为备受广大用户欢迎的一种网络交际模式。SNS营销就是利用SNS网站的分享和共享功能，在六维理论的基础上实现的一种营销。通过病毒式传播的手段，让产品被更多的人知道。