

12月28日，单仁资讯佛山分公司成功举办活动线下分享《后疫情时代，传统企业如何打造互联网盈利系统》，特邀单仁资讯集团网络营销高级工程师、有20年互联网从业经验的实战网络专家叶秋沃老师主讲，同时现场有30多名来自佛山的企业老板及网络营销负责人参与学习和交流。



其次，现在传统行业受到互联网的冲击，他们在谋求转型，但是他们不知道怎么转，更不懂互联网运营，虽然有些公司自己拥有了微信商城，小程序，以及APP，但是不会运营客户。

移动支付和互联网营销工具的应用给线上线下的融合创造了条件。

互联网的出现就是不断为线下营销场景赋能，线上线下结合的愿景是，两者流量对流，互联网工具为顾客和企业创建更多方便便利的同时，用户到店可以感受线下场景化的真实体验。线下获客，线上交易，线上曝光，线下体验，实现精准流量对流。

针对性搭建适合企业的营销型网站

要依据企业的详细状况、运营的产品、销售的方式、管理的特性、企业的文化等各种要素，确立合适企业的网站建立计划，要积极和企业的管理者停止沟通，对计划中不合理的中央停止完善化，促进网站最完善之后，再保证性去落实和完成。

企业能够在网站建立的过程中，关于建立的进度停止催促和监管，假如发现有问題，或者是和最初的设计计划中有不契合的中央，应该随时提出改良的倡议和措施。有些公司的网站建立任务比拟多，所以常常在执行计划的时分存在偷懒的状况，或者是呈现一定的误差。面对这样的状况，假如可以及时监管，就能够防止问題产生

。

网站建立完时分，我们以为必须要停止市场测试，看看其在市场中能否有好的反响，详细的测试方式就是测试点击量和成交量，并不是每一个点击网站阅读相关信息的人都会选择购置产品或者是效劳，现代消费者都是十分慎重的，所以在看点击量的时分，也需求愈加亲密地关注成交量。假如一切都比拟称心的话，就能够阐明网站建立的工作做得十分好、十分胜利。