

哈尔滨职业技术学院

毕业调研报告

题目： 对贵州中食安集团公司网络推广的调研

二级学院： 现代服务学院 专业： 电子商务

指导教师： 喻跃梅

班级： 电子商务一班 姓名： 李鑫雪

学号： 1210406109

毕业调研报告评语和答辩评定结果

毕业调研报告指导教师评语：

指导教师（签字）：_____

年 月 日

毕业答辩委员会评定意见：

评定成绩：_____ 答辩委员会主任（签字）：_____

年 月 日

毕业调研报告任务书

一、调研题目：

对贵州中食安集团公司网络推广的调研

二、要求：

1. 调研目的

让学生利用所学专业知​​识，调查分析电子商务企业网站定位、网络营销策略、赢利模式等内容，提高学生的专业技能和职业素养。

2. 调研方法

实地调查法、网上调研法、访谈法等

3. 调研进度安排

序号	时间段	完成情况进度计划	备注
1	2023. 12. 1-2024. 3. 15	深入企业各个岗位实习，了解企业基本情况	
2	2024. 3. 16-2024. 3. 20	实地调研或网上调研搜集所需资料	
3	2024. 3. 21-2024. 3. 31	确定调研的对象，拟定调研提纲	
4	2024. 4. 1-2024. 4. 15	根据所确定调研提纲，形成调研报告初稿	
5	2024. 4. 16-2024. 4. 20	修改完善调研报告初稿	
6	2024. 4. 21-2024. 4. 30	根据企业实际情况，认真修改完善调研报告	
7	2024. 5. 1-2024. 5. 15	继续修改完善调研报告	
8	2024. 5. 16-2024. 5. 31	确定调研报告成稿，准备毕业答辩	

4. 具体要求

(1) 按时完成企业的实习工作，毕业调研报告必须有指导教师签字，不得雷同，不得复印。

(2) 学生在调研上应理论结合实际，有建设性的解决方案，调研报告题目、内容、格式等应符合学校规定。

(3) 教师辅导共计6周，每周6学时，每周2次。

指导教师（签字）：_____

年 月 日

摘要

本调研旨在分析对贵州中食安集团的网络推广策略进行深入调研与分析。通过对该集团网络推广活动的梳理,结合当前市场环境,探讨了其网络推广的成效、存在的问题以及改进策略。贵州中食安集团在网络推广方面面临着机遇与挑战并存的复杂市场环境。尽管在社交媒体运营、内容营销和搜索引擎优化等方面取得了一定成效,但仍然存在一些问题需要解决。缺乏明确的网络推广策略,导致推广活动缺乏方向性和针对性。社交媒体运营不足,内容更新频率低,质量不高,缺乏互动性,影响了用户体验和品牌形象。内容营销效果不佳,缺乏创新和多样性,无法吸引目标受众的注意。搜索引擎优化方面存在问题,关键词策略不当,内容质量不高,网站结构不合理,缺乏外部链接等。为了解决这些问题,贵州中食安集团需要采取一系列措施。制定明确的网络推广策略,包括目标受众的确定、推广计划的制定和数据分析的建立。加强社交媒体运营,提升内容质量和互动性,拓展传播渠道,明确目标受众。创新内容策略,提升内容创意,拓展传播渠道,明确目标受众。提升搜索引擎优化,优化关键词策略,提升内容质量,改善网站结构,增加外部链接等。通过这些措施的实施,贵州中食安集团可以更好地利用网络资源,提升品牌知名度和市场影响力,实现品牌建设和市场推广的双赢。本文运用文献综述、案例分析等,对贵州中食安集团的网络推广进行全面评估,并提出了具体的优化建议。

关键词: 贵州中食安集团; 网络推广; 双赢; 全面评估。

目 录

一、绪论		1
(一) 调研的背景		1
(二) 调研问题的提出		2
二、贵州中食安集团公司现状		2
(一) 贵州中食安集团公司简介		2
(二) 贵州中食安集团公司网络推广现状		2
三、贵州中食安集团在网络推广存在的主要问题		3
(一) 缺乏明确的网络推广策略		3
(二) 社交媒体运营不足		3
(三) 内容营销效果不佳		3
(四) 搜索引擎 (SEO) 不足		3
四、贵州中食安集团网络推广存在的问题的解决措施		4
(一) 制订明确的网络推广策略		4
(二) 加强社交媒体运营		4
(三) 创新内容策略		4
(四) 提升在网站中搜索引擎中的排名		4
结 论		5
参考文献		6
致 谢		7

对贵州中食安企业网络推广的调研

一、绪论

(一) 调研的背景

随着互联网的迅猛发展，网络推广已成为企业宣传品牌、推广产品、扩大市场份额的重要手段。贵州中食安集团作为当地知名的食品安全企业，贵州中食安企业身处一个充满机遇与挑战并存的市场环境。在网络推广方面也进行了积极探索与实践。为了抓住市场机遇，应对挑战，中食安企业急需通过网络推广提升品牌影响力，拓宽销售渠道。针对贵州中食安企业网络推广的调研，具有重要意义。通过调研可以深入了解市场需求和消费者行为，帮助企业准确把握市场动态，为制定有效的网络推广策略提供有力支持。调研有助于企业发现自身在网络推广方面的不足和短板，从而有针对性地进行改进和优化。

市场环境的快速变化，近年来，市场环境发生了翻天覆地的变化。一方面，消费者行为逐渐数字化，客户更倾向于通过互联网搜索、比较和购买商品或服务；另一方面，社交媒体、搜索引擎等数字平台的崛起，为企业提供了更多与消费者互动的机会。这些变化使得网络推广成为企业营销的重要战场。如何在这个竞争激烈的市场中脱颖而出，成为贵州中食安集团需要思考的问题。对于网络推广的需求随着市场环境的快速变化，贵州中食安集团对于网络推广的需求也日益增长。贵州中食安集团需要通过网络推广来提升品牌知名度，扩大品牌影响力。需要通过网络推广来精准定位目标受众，提高营销效果。贵州中食安集团还需要通过网络推广来加强与消费者的互动和沟通，建立稳定的客户关系。这些需求使得网络推广成为贵州中食安集团营销的重要组成部分。

网络推广面临的挑战与机遇虽然网络推广具有诸多优势，但也面临着

一些挑战。网络推广需要投入大量的人力、物力和财力，这对于一些贵州中食安集团来说是一个不小的负担。网络推广的效果难以直接衡量，需要贵州中食安集团通过数据分析等手段进行监测和评估。这些挑战也带来了机遇。随着技术的不断进步，网络推广的效果将越来越精准和高效。随着消费者对于个性化、定制化服务的需求增加，贵州中食安集团可以通过网络推广提供更具针对性的产品和服务。

（二）调研问题的提出

在网络推广的过程中，吸引目标受众的注意力是至关重要的第一步。而要实现这一目标，就需要通过深入的调研，了解目标受众的需求、兴趣和行为习惯。贵州中食安集团在社交媒体营销方面的营销与效果，媒体平台拥有庞大的用户群体，企业可以通过在这些平台上发布内容、与用户互动，迅速提升品牌的曝光度和知名度。我们将进一步剖析贵州中食安集团咋社交媒体营销上如何进行网络推广，包括营销手段创新性，内容发布的质量高低，能否有效吸引并维持目标用户以及目标群体。SEO 在网络推广上有着关键性作用，本次调研将对贵州中食安集团在 SEO 上转换率的高低，查看该集团在网站的流量和曝光度，以及在精准定位目标客户的同时了解目标客户与群体的搜索习惯和需求，制订的营销策略符合该集团的现状与否。内容营销是网络推广必不可少的一部分，内容营销对企业营销效果具有显著的积极影响。通过提升品牌知名度和认知度、增强顾客忠诚度和满意度、提高转化率和销售额、建立行业权威和信任以及降低营销成本等方面的作用。因此，就要求该集团在内容营销时，对该集团所输出的内容有这较高要求，以及所产生的内容，是否与该集团现状相合。本次调研将深入了解贵州中食安集团，在内容营销上是否能够吸引了目标受众的注意，如何提高了转化，实现了更好地商业价值与回报。

二、贵州中食安集团公司现状

（一）贵州中食安集团公司简介

贵州中食安集团自 2015 年创立以来，始终坚守“食品安全是企业的生命线”这一理念。公司拥有一支专业的食品安全管理团队，严格把控从原料采购、生产加工到产品出厂的每一个环节。同时，中食安集团还积极引进国内外先进的食品生产技术和设备，不断提升产品质量和安全性。中食安集团不仅致力于为广大消费者提供安全、健康、美味的食品。更在食品安全监管、技术研发等方面取得了显著成绩正集团公司以其卓越的品质和坚定的承诺，成为了食品安全领域的佼佼者。作为贵州乃至全国知名的食品企业。正是这些努力，使得中食安集团的产品在市场上备受消费者信赖和喜爱。

（二）贵州中食安集团公司网络推广现状

贵州中食安集团紧跟时代步伐，积极布局网络推广，通过官方网站、社交媒体、搜索引擎优化等多种方式，不断提升品牌知名度和市场影响力。

随着市场竞争的加剧，网络推广的成本不断上升，贵州中食安集团需要投入更多的资金和资源来保持竞争力。贵州中食安集团在网络推广方面的投入相对有限，导致在与其他企业的竞争中处于不利地位。随着用户需求的不断变化和升级，企业需要不断创新和改进网络推广策略。贵州中食安集团在网络推广方面的创新能力相对较弱，缺乏新颖、有趣、有吸引力的推广内容，难以吸引用户的关注和兴趣。贵州中食安集团在网络推广中还面临着一些技术难题。

在官方网站建设方面，贵州中食安集团投入了大量精力。网站设计简洁明了，内容更新及时，能够清晰地展示企业的文化、产品、服务以及发展动态。此外，网站还设有在线咨询、客户服务等模块，方便用户与企业进行互动交流。这些举措不仅提升了用户体验，也增强了用户对企业的信任感。

在社交媒体推广方面，贵州中食安集团也取得了不错的成绩。通过在微博、微信、抖音等热门社交平台上注册官方账号，定期发布与企业相关的资讯、活动、优惠等信息，积极与用户进行互动，吸引了大量粉丝关注。这些粉丝不仅成为企业品牌的传播者，还为企业带来了大量的潜在客户。尽管贵州中食安集团在网络推广中取得了一定的成绩，但仍存在一些问题和挑战。

针对以上问题和挑战，贵州中食安集团决定采取一系列措施来加强网络推广效果。企业加大网络推广的投入力度，提高品牌知名度和市场影响力。同时，企业还加强与其他企业的合作与交流，共同推动行业的健康发展。企业加强创新能力的培养和提升，不断探索新的网络推广策略和内容形式。企业还加强技术研发和应用能力，利用大数据、人工智能等先进技术来优化推广效果和提高推广效率。

三、贵州中食安集团在网络推广存在的主要问题

（一）缺乏明确的网络推广策略

贵州中食安集团在网络推广中确实存在缺乏明确策略的问题。在当前数字化时代，一个清晰、有效的网络推广策略对于企业的品牌建设和市场拓展至关重要。贵州中食安集团在这方面似乎还未形成一套完整的策略体系。缺乏明确的网络推广策略，意味着该集团在推广过程中缺乏方向性和针对性。他们可能在没有明确目标受众的情况下，盲目地发布信息，这不仅浪费了资源，也难以达到预期的推广效果。同时，没有明确的策略也容易导致推广内容的混乱和重复，给用户带来困扰，损害品牌形象。

（二）社交媒体运营不足

贵州中食安集团在社交媒体运营上遭遇了一些挑战，导致其效果不佳。在当今数字化时代，社交媒体已成为企业品牌宣传、互动营销的重要渠道，

但贵州中食安集团未能充分利用这一平台。该集团在社交媒体上的内容更新频率较低，缺乏持续性和互动性。用户往往希望看到新鲜、有趣、有价值的内容，但贵州中食安集团的社交媒体账号却鲜有更新，导致用户关注度下降，互动减少。该集团在社交媒体上的内容质量有待提高。发布的内容过于官方、生硬，缺乏趣味性和吸引力，难以引起用户的共鸣和兴趣。此外，内容缺乏创新，缺乏与当前热点话题的结合，使得用户难以产生情感连接。贵州中食安集团在社交媒体上的互动机制不完善。未能及时回复用户的评论和私信，导致用户感到被忽视，降低了用户满意度和忠诚度。同时，缺乏有效的用户反馈收集和分析机制，使得该集团难以了解用户需求，进一步影响了运营效果。

（三）内容营销效果不佳

内容创意不足：贵州中食安集团在内容创作上缺乏新意，往往只是简单地介绍产品特点和优势，难以引起消费者的兴趣和共鸣。在内容形式上，也缺乏多样性和创新性，难以吸引不同群体的关注。

传播渠道有限：贵州中食安集团在内容传播上过于依赖传统媒体和自有平台，缺乏多元化的传播渠道。这导致其内容无法广泛覆盖目标受众，影响营销效果。

目标受众定位不明确：贵州中食安集团在内容营销过程中，没有清晰地定位目标受众群体。这导致其在内容创作和传播过程中无法精准地满足目标受众的需求和期望，从而影响营销效果。

综上所述，贵州中食安集团内容营销效果不佳的原因主要在于内容创意不足、传播渠道有限以及目标受众定位不明确等方面。

（四）搜索引擎（SEO）不足

贵州中食安集团在搜索引擎 SEO 方面存在一些不足，这在一定程度上

影响了其在线营销的效果，主要有以下几种原因。

第一：关键词策略不当：关键词是 SEO 优化的核心，但贵州中食安集团未能准确选择与其业务紧密相关的关键词，没有将关键词有效地布局到网站的各个页面中，导致搜索引擎无法准确抓取网站内容。

第二：内容质量不高：高质量的内容是吸引搜索引擎和用户的关键。贵州中食安集团的网站内容缺乏深度、原创性和价值，使得搜索引擎降低对其网站的评价，从而影响排名。

第三；网站结构不合理：网站结构对 SEO 也有重要影响。贵州中食安集团的网站结构混乱、导航不清晰、页面加载速度慢等，影响了搜索引擎的抓取和用户体验，进而影响 SEO 效果。

第四：缺乏外部链接：外部链接是提升网站权重和排名的重要因素。贵州中食安集团的网站缺乏高质量的外部链接，导致其网站权重和排名下降。

四、贵州中食安集团网络推广存在问题的解决措施

（一）制订明确的网络推广策略

为了改善这一现状，贵州中食安集团需要制定一套明确的网络推广策略。他们需要明确自己的目标受众，了解他们的需求和兴趣，以便更好地定位推广内容和方式。他们需要制定具体的推广计划，包括推广渠道的选择、推广内容的规划以及推广时间的安排等。此外，他们还需要建立数据分析和反馈机制，及时评估推广效果，并根据反馈结果调整策略。

通过制定明确的网络推广策略，贵州中食安集团可以更好地利用网络资源，提升品牌知名度和市场影响力。他们也可以更好地满足用户需求，增强用户忠诚度，为企业的长期发展奠定坚实基础。

（二）加强社交媒体运营

明确社交媒体运营目标：集团明确了社交媒体运营的目标，如提升品

牌知名度、增加用户互动、提高用户忠诚度等。明确了目标，有针对性地制定策略。选择合适的社交媒体平台：根据目标受众的特点和喜好，选择合适的社交媒体平台进行运营。制定内容策略：内容是社交媒体运营的核心。集团制定了一套内容策略，包括内容类型、发布频率、发布时间等。内容应该具有吸引力、有趣味性，同时与集团的品牌形象相契合。提升内容质量：为了吸引和留住用户，集团提升内容质量。通过引入专业的内容创作者、加强内容审核等方式，确保发布的内容质量上乘。加强用户互动：互动是社交媒体运营的重要一环。集团积极回应用户的评论、私信等，与用户建立紧密的联系。同时，可以举办线上活动、发起话题讨论等方式，增加用户参与度。数据分析与优化：通过定期分析社交媒体数据，了解用户行为、内容表现等，对运营策略进行调整和优化。培养专业团队：为了加强社交媒体运营，集团培养一支专业的社交媒体运营团队。团队成员需要具备社交媒体运营的专业知识和技能，同时熟悉集团的业务和产品。

通过以上策略的实施，贵州中食安集团加强其社交媒体运营，提升了品牌知名度、增加用户互动、提高用户忠诚度等目标。

（三）创新内容策略

加强内容创意：贵州中食安集团加大了在内容创意方面的投入，通过引入外部创意团队或开展内部创意培训等方式，提升内容创作的水平和质量。还关注消费者的需求和兴趣点，创作出更符合消费者口味的内容。拓展传播渠道：贵州中食安集团积极探索多元化的传播渠道，社交媒体、短视频平台等。通过多渠道的传播方式，扩大内容的覆盖范围和影响力。明确目标受众：贵州中食安集团深入分析了目标受众的需求和期望，明确其年龄、性别、地域等特征。在内容创作和传播过程中，精准地把握目标受众的喜好和兴趣点，提高信息传递的针对性和有效性。通过加强内容创意、拓展传播渠道以及明确目标受众等策略的实施，贵州中食安集团逐步提升

其内容营销的效果，实现品牌建设和市场推广的双赢。

（四）提升在网站中搜索引擎中的排名

优化关键词策略：贵州中食安集团深入研究行业关键词，选择与其业务紧密相关且搜索量较大的关键词，并将其有效地布局到网站的各个页面中。同时，关注关键词的动态变化，及时调整优化策略。

提升内容质量：贵州中食安集团注重了网站内容的质量和深度，发布有价值的原创文章和行业资讯，提升用户体验和搜索引擎评价。同时，还同时关注内容的更新频率和多样性，保持网站的活跃度和吸引力。

改善网站结构：贵州中食安集团对网站结构进行了优化，确保网站结构清晰、导航方便、页面加载速度快。同时关注网站的代码质量和安全性，提升网站的整体性能和稳定性。

增加外部链接：贵州中食安集团积极寻求高质量的外部链接，通过与其他网站合作、发布优质内容吸引其他网站引用等方式来增加外部链接。关注外部链接的质量和稳定性，避免因低质量链接而影响网站权重和排名。

结 论

本文根据对贵州中食安集团公司的了解,分析了公司的网络推广发展现状、网络推广发展前景,以及现阶段存在的问题:公司在不同渠道的推广效果存在差异,部分渠道的推广效果并未达到预期目标。公司在推广内容方面缺乏创新性和差异性,难以在众多竞争对手中脱颖而出。公司在与用户互动方面还有待加强,需要更加积极地回应用户的需求和反馈。公司的网络推广团队在专业技能和创新能力方面还有待提升,以适应不断变化的市场环境。有针对性的提出了贵州中食安集团公司应根据不同渠道的推广效果和用户反馈,优化推广渠道组合,将有限的资源投入到效果更好的渠道上。公司应积极尝试新的推广渠道和方式,以拓展更广阔的市场空间。创新推广内容公司应加强内容的创新和差异性设计,通过提供有价值、有趣味性的内容吸引用户的关注和兴趣。可以结合时下热点话题和用户需求,制作具有吸引力的短视频、图文等内容,提高用户的参与度和分享度。加强用户互动公司应更加积极地与用户进行互动和交流,回应用户的需求和反馈。可以在社交媒体上设置专门的客服团队,及时解答用户的疑问和解决问题;可以定期举办线上活动或线下见面会等,加强与用户的互动和沟通。提升团队能力,公司应加强对网络推广团队的专业培训和技能提升,提高团队的专业素养和创新能力。定期邀请行业专家或培训机构进行授课和指导;可以鼓励团队成员参加各类行业会议和交流活动,拓宽视野和思路。持续关注市场动态。公司应持续关注市场动态和竞争对手的动态,及时调整网络推广策略。可以关注行业趋势和消费者需求的变化,制定相应的推广计划和方案;可以关注竞争对手的推广策略和效果,及时学习和借鉴其优点和长处。解决方案,对公司网络推广发展有较强的借鉴价值。

参考文献

1. 孙清华. 电商老板管理精髓. 中国经济出版社, 2022. 9
2. 陈云海, 黄兰秋. 大数据处理对电子商务的影响研究. 电信科学期刊, 2021. 3
3. 蒋一清, 陶丽. “互联网+”背景下江苏农产品电子商务网络营销策略研究. 劳动保障世界期刊, 2023.
4. 李思璇. “国内农产品网络营销现状研究”. 科技创业月刊, 2023. 7
5. 于晓冰. 浅析中小企业网络营销发展的现状及对策. 商业经济, 2023. 3
6. 徐幸. 浅析 SWOT 战略分析方法在阿里巴巴中的应用. 当代经济, 2023. 8
7. 陈佳佳. 电子商务模式下的网络营销渠道建设. 中小企业管理与科技 (中包刊), 2023. 3
8. 薛蕾. 电子商务环境下的企业网络营销策略探讨. 科技经济导刊, 2023. 7

致 谢

在调研报告即将完成之际，衷心的感谢我的指导教师——喻跃梅老师。教诲如春风，师恩似海深。初次相见就觉得十分亲切，她是我的老师，更像我的家人，在校期间就给予我无限的指导与关怀。在她的指导下，我拿到了上讲台自信心，大三毕业完成写作，受益匪浅。同时在调研的选题以及写作中都给予了我悉心的指导，同时，我还要感谢大学期间的所有专业课老师以及辅导员老师，你们的谆谆教诲令我受益匪浅，祝愿老师们万事胜意，平安喜乐。