

[深圳网站建设]谁会访问我们的网站？

谁会访问我们的？这一问题对于已建成或网站还在规划实施中的企业来说都是一个绕不开也不应绕开的问题。这一问题的答案对于解决大到网站的定位问题，网站的规划问题，小到网站内容的组织问题，网站访问出口带宽的需求问题，都是开启之匙。往大了讲，这是一个网站的目标定位问题。本文的目的不是想讨论目标定位问题，而是想根据笔者多年的经验，对可能的访问者，进行一次粗略地分类，并对这些访问者的访问意图做非全景地描述性说明，以期能为的决策者一点启发。

以网站建成后，访问网站的先后顺序来排序，企业网站的访问者可以简单地分为：自己员工、合作伙伴、推销员、竞争对手、长期客户、普通客户、普通网民。普通网民这个群体保罗万象，对它的进一步分析不是本文的目标。

自己员工、

虽然企业自己的员工会非常自然地成为企业网站的第一类访问者，但是这类访问者确往往被忽视。这样的忽视必然带来一个分析盲区，造成“灯下黑”。因为网站在信息承载量和查找传播方便快捷方面有无法比拟的优势，一个好的企业网站自然地成为一个企业对外宣传资料的汇集中心。企业自己员工访问企业网站的一个经常性需求就是查找或展示企业的对外宣传信息，如产品服务信息等。

合作伙伴、

事关对外宣传，网站不管投资多大，对于企业决策者来说都不会等闲视之。与企业有比较紧密业务关系的合作伙伴如长期供应商，往往自然成为企业网站的第一个对外推广对象。他们访问企业的网站是因为他们业务相关，需要及时地了解企业的发展动态，以便及早作出相应的反应。

推销者、

广告登出，客户未至，常常业务男翩翩然不期而先至。这是大多数企业打广告后经常遇到的事情。，同样如此。与竞争者一样，这是打广告，建网站的必然副产品。

竞争者、

除了你自己，最关心你的就是你的对手，竞争者。为了和你争夺市场、客户，对手会敏感于你的各种动作，以期找到你的七寸。宣传是一把双面刃，在把企业有价值的信息推向客户的同时，又无法避免透露给了你的竞争对手。由于有这类访问者地存在，所以在规划网站承载的信息时，需要对一些敏感信息加以小心。竞争对手对网站信息的搜寻是全方位的，定期访问你网站是他们市场调研工作的一部分。

长期客户、

与企业有长期业务关系的客户会对企业推出的新产品、新服务比较关注，同时为他们提供一些有针对性的信息，如业界新闻、相关知识、使用技巧等，一般是讨好这类重要访问者的一种好方法。长期客户是企业稳定的利润来源，是企业服务的重点，当然也理所应当成为的重要目标对象。

普通客户、

因为没有比较长期的业务关系，除去广告、推广因素影响外，普通客户对企业网站的访问一般是在企业销售、服务人员的建议下才会进行。配合企业的市场运作，把普通客户发展成长期客户，是企业的一个比较自然的目标。

普通网民、

如何让与企业没有任何联系的普通网民中企业所提供产品、服务的潜在需求者访问企业网站，是网站推广首要解决的问题。这类访问者的随意性很大，所以在时一定要形成特点。为了引来、留住这类“花心”的访问者，我们必须要页面的设计、内容的组织、语言斟酌上下功夫。互联网拒绝雷同，没有特点就没有生命力。

仔细分析研究网站不同类型访问者的习惯、喜好、意图，并以此为依据来不断改进、充实企业的网站，企业的网站就会为企业带来事半功倍的效益。

悠久是专业的深圳网站建设公司、深圳平面设计公司、深圳微信营销公司、深圳VI设计公司、深圳包装设计公司。提供网站建设、微信小程序/APP/软件开发、画册设计、包装设计、VI设计、标志设计等服务。
本文地址: <https://www.youjoys.cn/cn/news-n156.html>