很多工业品企业做网络推广，没有一个很好的规划，也不知道具体投入多少能够产出多少询盘，能够产生什么效果，那么我给到一个没有做网络推广全案之前的效果预估。

（1）投入与询盘产出

这里不考虑行业、竞争对手、企业实力等转化因素，预计100-300元投入有一个询盘。

（2）询盘转化

正常情况下，不考虑企业实力，产品风口等因素，6-10个询盘有一个成交。

也就是600-3000元有一个成交（像大型机械设备等因为单价高，竞争大等，可能成交单价就要两三千。）

（3）利润率算20%

行业利润率工业品差别有时候也比较大，10%-30%的都有。

（4）复购率算一年复购2次

有些行业就是一次性的，如果没复购，价格低，利润少，竞争又大，就要考虑适不适合了。

企业通过这种方式，结合自身的情况去算，就能够知道我们去做线上推广，合不合适，然后再去考虑如何做。

这里给大家分享一个江苏一个客户的案例，总经理要求网络运营部需要新签完成2000万的业绩，而谈判销售是业务部门销售来完成，我们网络运营部需要提供准客户线索，并督促销售部跟进、成交。

该公司客单价在2w左右，复购率一年2次，那么我们需要成交300个新客户，才能完成目标。

300个客户，意味着我们每天平均成交1个客户，也就是需要10个询盘，算询盘转化率10%。

10个咨询，也就是每天的线上投入需要1000元，如何企业优势比较强，至少需要500元，也就是一年的花费再20万-30万之间，如果企业实力比较差，要30万-50万之间的投入。

像一些比较知名的大厂，网上推广的性价比就比较高，因为转化率高。

每一个网络推广都需要在了解客户行业+企业情况+产品情况+网络竞争情况+网推平台规则等基础上，通过战略（做什么）+战术（怎么做）的结合，然后花时间+精力去做，才能够做好。