

网络营销知识：基于Internet的网络营销 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/170/2021_2022__E7_BD_91_E7_BB_9C_E8_90_A5_E9_c40_170412.htm

随着Internet发展，我们的生活面临着快速的转变。与传统媒体不同，在互联网上，大家都是参与者，每个人既是资源的消费者，又是资源的生产者。对许多推出网站的企业而言，互联网络的基本功能，是作为企业和消费者之间的沟通中介，而互联网本身的双向沟通特性，使得消费模式从单向变为互动。对同行而言，互联网可以做信息汇总的窗口，让相关产业情况集中；对竞争者而言，互联网可以使之更好地掌握对手的情况，根据其信息及时调整相关的营销策略和宣传重点；对消费者而言，互联网不仅使迂回经济变成直接经济，更可以做到货比三家。（一）Internet提供的无限商机 借助Internet低价的通讯便利，中小商家、个人企业可以利用已经进入跨国公司才能享有的信息工具，搜集用户信息，寻求合作伙伴，发展潜在客户。每一位商家，都可以在互联网上找到自己的利益所在。网络营销的特色主要在于其扩散的广度、更新的速度、内容的深度，以及可以同步进行在线消费者分析和市场分析，这些均非一般传媒所能比拟。因特网是新时代的传播工具，它在营销上所发挥的功能可归纳为如下几点：1．推广企业形象与经营理念。在目前开放的市场竞争下，企业除了制造、销售产品外，更应强化品牌与形象，而因特网的功能使企业的形象推广变得更加生动。通过精心规划的网页设计，可以深刻表达企业的形象与雄心。此外，其他各种信息都能即时传播，例如，制造厂强调制造与环境、未来技术与远景等

，这些都使消费者与企业可达成更多的共识并相互信赖 2 . 产品推广与网站推广。网络营销当然是以产品为核心。运用网络科技可以使产品更加生动，除提供产品规模信息外，产品的样式可以通过各种形式来表现，增加趣味性与真实感。

3 . 搜集客户群体。通过网络活动，包括正式的资料填写与非正式的路径检测等，可以取得相当多的客户名单，甚至可以先期分析出不同的消费习性群体。不过这些成果的质与量都取决于整体的营销规划（包括网页与活动内容的设计规划）是否生动和吸引人。

4 . 多元化客户服务。网络服务就像一个虚拟的售货员，通过友好的网页界面和丰富的数据框架，可以同时提供多人、多层次的数据咨询、意见沟通和售后服务。网友可以在网页上选择并取得自己所需要的内容，如产品资料、公司简介、业务培训等多元化服务。

5 . 拓展国际市场。尤其对于中小企业，方便拓展国际市场，易于与国外客户沟通。

（二）基于Internet的网络营销条件 在互联网上开展电子贸易，需要具备多种必不可少的条件。根据不同的商品性质、企业规模以及不同的行销目的，网上贸易必须考虑的条件可归为五条：

1 . 联网设备：网络上的商业讯息传递，相关设备是少不了的。例如主要用来保存、处理以及传送讯息的设备。高效率的电脑主机、高速度的传输线以及设备的维护人员。企业可以自行架设网站，或是向网络服务企业租用设备，主要的考虑点在于本身资料处理量的大小以及使用的频率等因素。

2 . 网站内容：到底要让网上用户看到什么内容，这是个大学问。首先要分析网上用户的结构及阅读习惯，还要考虑网络媒体的特性，例如版面设计的特色、美观及传输速度的平衡点等。很多网站刚设立时还可吸

引好奇的网上用户，但渐渐地就乏人问津了，主要原因是内容影响了传播的速度。

3 . 曝光率：在网络的分类站上，可以看到很多企业网站的地址，但是很少人肯花时间探一究竟。因为上网是要花时间的，这些企业网摆明就是“广告”或“公司简介”，当然少人有兴趣阅读了。在这个分类站登陆只是基本的工作，而在有聚客力的网络上登广告，多出自己的LOGO，是达到网络行销效果必备的条件。

4 . 互动空间：有些企业网络内容也不错，也登了广告，但仍很难引起共鸣，为什么呢？因为少了与用户互动的空间，这是个难以形容的概念。举例说：基本上，一般读者上网的过程开始时心是不定的，就像拿着遥控器看电视，在不同的频道间跳换，总要到筋疲力尽了，才会找到一个自己喜欢、可以停留的站。网络行销的设计，就是让自己和这样的站相结合，也就是让产品和客户层相对合，而不是让自己只成为频道跳换过程中惊鸿一瞥的图标。

5 . 行销组合：不同的媒体有不同的特色及功能，网络行销不能完全取代传统的电视或平面媒体。真正成功的网络行销，是善用这个新的媒体与传统媒体结合所产生的惊人的效力。让行销的压迫力留在电视上发挥，让报纸广告继续保持高曝光度的优势，把漂亮的产品图片印在杂志上，然后充分利用网络媒体，填补长年以来行销上的漏洞，建立与消费者之间真正贴心、像朋友般的互动关系。

（三）企业入网方式 企业加入互联网最主要的目的，就是在Internet上面建立自己的贸易网络通道。进入这个电子贸易空间一般有四种方式：

1 . 申请电子邮件地址。通过E - mail与全球各地的厂家联系。电子邮件地址，就好像是公司的电话号码，的确是企业必不可少的贸易工具。

2 . 建立

自己Homepage（网页）。将企业的产品照片、文字资料（性能、报价等）介绍给网络上的用户。

3．架设独立的网站。如果企业要架设自己的独立网络站台，一般需要自己专用的数据专线。自行架设网站，其主机、路由器、电信费用及人事费用等，一年下来至少要花几十万元，普通的企业的确难以承受。而目前流行的“网站架设”方案是：选择“虚拟主机”。现在，许多网络的服务供应商都提供此类服务。每年花费可控制在几千元到几万元以内，比较符合多数企业的成本效益。

4．建立企业的IBS（Internet business system互联网商务系统）。用IBS推广企业的产品和形象，相当于企业在互联网上的整体CI策划和营销战略。与前面三种方式不同的是，IBS是一种主动式的网络行销策略。这种方式强调的重点是企业主动去寻找客户。提供对用户的分析调查，找出真正的潜在客户，做有效行销推广，以达到事半功倍的效果。

100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com