

网络营销知识：网络营销概念（2）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_170419.htm（四）网络营销特点

市场营销中最重要也最本质的是组织和个人之间进行信息传播和交换，正因如此互联网络具有营销所要求的某些特性，使得网络营销呈现出以下一些特点：1．跨时空。企业能由更多时间和更大的空间进行营销，可每周7天，每天24小时随时随地地提供全球性营销服务。2．多媒体。互联网络被设计成可以传输多种媒体的信息，使得为达成交易进行的信息交换可以以多种形式存在和交换，可以充分发挥营销人员的创造性和能动性。3．交互式。互联网络可以展示商品型录、联结资料库提供有关商品信息的查询、可以和顾客做互动双向沟通、可以收集市场情报、可以进行产品测试与消费者满意调查等，是产品设计、商品信息提供、以及服务的最佳工具。4．拟人化。互联网络上的促销是一对一的、理性的、消费者主导的、非强迫性的、循序渐进式的，而且是一种低成本与人性化的促销，避免推销员强势推销的干扰，并通过信息提供与交互式交谈，与消费者建立长期良好的关系。5．成长性。互联网络使用者数量快速成长并遍及全球，使用者多属年轻、中产阶级、高教育水准，由于这部分群体购买力强而且具有很强市场影响力，因此是一项极具开发潜力的市场渠道。6．整合性。互联网络上的营销可由商品信息至收款、售后服务一气呵成，因此也是一种全程的营销渠道。另一方面，企业可以借助互联网络将不同的传播营销活动进行统一设计规划和协调实施，以统一的传播资讯向消费者传

达信息，避免不同传播中不一致性产生的消极影响。

7. 超前性。互联网络是一种功能最强大的营销工具，它同时兼具渠道、促销、电子交易、互动顾客服务、以及市场信息分析与提供的多种功能。它所具备的一对一营销能力，正是符合定制营销与直复营销的未来趋势。

8. 高效性。电脑可储存大量的信息，代消费者查询，可传送的信息数量与精确度，远超过其他媒体，并能因应市场需求，及时更新产品或调整价格，因此能及时有效了解并满足顾客的需求。

9. 经济性。通过互联网络进行信息交换，代替以前的实物交换，一方面可以减少印刷与邮递成本，可以无店面销售，免交租金，节约水电与人工成本，另一方面可以减少由于迂回多次交换带来的损耗。

10. 技术性。网络营销是建立在高技术作为支撑的互联网络的基础上的，企业实施网络营销必须有一定的技术投入和技术支持。

（五）网络营销对传统营销的冲击

网络营销作为一种全新营销理念，具有很强的实践性，它的发展速度是前所未有的。随着我国市场经济发展的国际化、规模化，国内市场必将更加开放，更加容易受到国际市场开放的冲击，而网络营销的跨时空性无疑是一“重型炮弹”，将对传统营销产生巨大冲击。

1. 对传统营销策略的影响

（1）对传统产品品牌策略的冲击

首先，是对传统的标准化产品的冲击。通过互联网厂商可以迅速获得关于产品概念和广告效果测试的反馈信息，也可以测试顾客的不同认同水平，从而更加容易地对消费者行为方式和偏好进行跟踪，从而对不同的消费者提供不同的商品。怎样更有效地满足各种个性化的需求，是每个上网公司面临的一大挑战。其次，适应品牌的全球化管理。对上网公司的一个主要挑战是如何对全球品牌

和共同的名称或标志识别进行管理。是实行统一形象品牌策略还是实行有本地特点区域品牌策略，以及如何加强区域管理是上网公司面临的现实问题。（2）对定价策略的影响 相对于目前的各种媒体来说，互联网的先进的网络浏览和服务器会使变化不定的且存在差异的价格水平趋于一致。这对于执行差别化定价策略的公司来说不能不说是一个严重问题。（3）对传统营销渠道的冲击 通过互联网，生产商可与最终用户直接联系，中间商的重要性因此有所降低。这造成两种后果：一是由跨国公司所建立的传统国际分销网络对小竞争者造成的进入障碍将明显降低；二是对于目前直接通过互联网进行产品销售的生产商来说，其售后服务工作是由各分销商承担，但随着他们代理销售利润的消失，分销商将很有可能不再承担这些工作。（4）对传统广告障碍的消除 首先，相对于传统媒体来说，由于网络空间具有无限扩展性，因此在网络上做广告可以较少地受到空间篇幅的局限，尽可能地将必要的信息一一罗列。其次，迅速提高的广告效率也为网上企业创造了便利条件。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