

网络营销知识：网络营销概念（1）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_170420.htm（一）网络营销产生与发展

网络营销在国外有许多翻译，如Cyber Marketing, Internet Marketing, Network Marketing, e-Marketing等等。不同的单词词组有着不同的涵义，Cyber Marketing主要是指网络营销是在虚拟的计算机空间（Cyber，计算机虚拟空间）进行运作

；Internet Marketing 是指在Internet上开展的营销活动。Network Marketing 是在网络上开展的营销活动，同时这里指网络不仅仅是Internet，还可以是一些其它类型网络，如增殖网络VAN。目前，比较习惯采用的翻译方法是e-Marketing，e-表示电子化、信息化、网络化的涵义，既简洁又直观明了，而且与电子商务（e-Business）、电子虚拟市场（e-Market）等进行对应。网络营销的发展是伴随信息技术的发展而发展的，目前信息技术的发展，特别是通讯技术的发展，促使互联网络形成一个辐射面更广、交互性更强的新型媒体，它不再局限于传统的广播电视等媒体的单向性传播，而且还可以与媒体的接受者进行实时的交互式沟通和联系。网络营销的效益是使用网络人数的平方，随着入网用户的指数倍增加，网络的效益也随之以更大的指数倍数增加。因此，企业如何在如此潜力巨大的市场上开展网络营销、占领新兴市场对企业来说既是机遇又是挑战，因为网络市场发展速度非常迅猛，机会稍纵即逝。（二）网络营销内涵 网络营销作为新的营销方式和营销手段实现企业营销目标，它的内容非常丰富。下面是本书将要详细介绍的网络营销中一些主要内容：1．网上市场

调查。主要利用Internet的交互式的信息沟通渠道来实施调查活动。

2. 网上消费者行为分析。通过Internet这个信息沟通工具，来了解这些群体的特征和偏好，是网上消费者行为分析的关键。
3. 网络营销策略制定。
4. 网上产品和服务策略。
5. 网上价格营销策略。
6. 网上渠道选择与直销。
7. 网上促销与网络广告。网络广告作为最重要的促销工具，主要仰赖Internet的第四媒体的功能，即网络广告具有交互性和直接性。

(三)网络营销与电子商务 作为Internet起步最早的成功商业应用，网络营销得到蓬勃和革命性的发展。随着网络营销发展的深入，它局限在营销部门上的商业应用已经不能适应Internet对企业整个经营管理模式和业务流程管理控制方面的挑战。电子商务是从企业全局角度出发，根据市场需求来对企业业务进行系统规范的重新设计和构造，以适应网络知识经济时代的数字化管理和数字化经营的需要。对电子商务比较权威的定义是经济合作与发展组织OECD给出的定义：电子商务是关于利用电子化手段从事的商业活动，它基于电子处理和信息技术，如文本、声音和图象等数据传输主要是遵循TCP/IP协议，通讯传输标准，遵循WEB信息交换标准，提供安全保密技术。如果给出一个更简单系统的定义，电子商务是指系统化地利用电子工具，高效率、低成本地从事以商品交换为中心的各种活动的全过程。网络营销作为促成商品交换实现的企业经营管理手段，它显然是企业电子商务活动中最基本的重要的Internet商业活动。根据国际数据公司IDC(<http://www.idc.com>)的系统研究分析指出，电子商务的应用可以分为这样几个层次和类型：第一个层次是面向市场的以市场交易为中心的活动。第二个层次是指如何利

用Internet来重组企业内部经营管理活动，与企业开展的电子商贸活动保持协调一致。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