

网络营销知识：网络营销战略实施与控制 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_170421.htm 网络营销作为信息技术的产物，具有很强的竞争优势。但并不是每个公司都能进行网络营销，公司实施网络营销必须考虑到公司的业务需求和技术支持两个方面，业务方面如公司的目标，公司的规模，顾客的数量和购买频率，产品的类型，产品的周期，以及竞争地位等；技术方面如公司是否支持技术投资，决策时技术发展状况和应用情况。由于互联网作为大众型的信息技术，它的使用发展非常迅猛，而网络营销技术作为专业性技术依赖于公司的技术力量。网络营销战略的制订要经历三个阶段：首先确定目标优势，网络营销是否可以促使市场增长，改进实施策略的效率来增加市场收入，同时分析是否能够通过改进目前营销策略和措施，降低营销成本。其次是分析计算网络营销的成本和收益，须注意的是计算收益时要考虑战略性需要和未来收益。最后是综合评价网络营销战略，主要考虑的有三个方面：（1）成本效益问题，成本应小于预期收益；（2）能带来多大新的市场机会；（3）考虑公司的组织、文化和管理能否适应采取网络营销战略后的改变。公司在确立采取网络营销战略后，要组织战略的规划和执行。网络营销不是一种简单的新营销方法，它是通过采取新技术来改造和改进目前的营销渠道和方法，它涉及公司的组织、文化和管理各个方面。如果不进行有效的规划和执行，该战略可能只是一种附加的营销方法，它不能体现出战略的竞争优势，相反只会增加公司的营销成本和管理复杂性。策略规划分为

下面几个阶段：（1）目标规划，在确定使用该战略同时，识别与之相联系的营销渠道和组织，提出改进目标和方法；（2）技术规划，网络营销很重要的一点是要有强大的技术投入和支持，因此资金投入和系统购买安装，以及人员培训都应统筹安排；（3）组织规划，实行数据库营销后，公司的组织需进行调整以配合该策略实施，如增加技术支持部门，数据采集处理部门，同时调整原有的推销部门等；（4）管理规划，组织变化后必然要求管理的变化，公司的管理必须适应网络营销需要，如销售人员在销售产品同时，还应记录顾客购买情况，个人推销应严格控制以减少费用等。网络营销战略在规划执行后还应注意控制，以适应公司业务变化和技术发展变化。网络营销战略的实施是一系统工程，应加强对规划执行情况的评估，评估是否充分发挥该战略的竞争优势，评估是否有改进余地；其次是对执行规划时的问题应及时识别和加以改进；再次是对技术的评估和采用，目前的计算机技术发展迅速，成本不断降低同时功能显著增强，如果不跟上技术发展步伐，很容易丧失网络营销的时效性和竞争优势。采取新技术可能改变原有的组织和管理规划，因此对技术控制也是网络库营销中的一显著特点。网络营销是有别于传统的市场营销的新的营销手段，它可以在控制成本费用方面、市场开拓方面和与与顾客保持关系等方面有很大竞争优势。但网络营销的实施不是简单的某一个技术方面的问题，某一个网站建设的问题，它还涉及到从企业整个营销战略方面、营销部门管理和规划方面，以及营销策略制定和实施方面都应该进行调整。本书首先介绍网络营销系统的组成和网络营销站点建设，然后再结合市场营销的架构系统分析网络营

销是如何进行调查，如何分析网上市场消费者行为，如何制定网络营销策略，如何制定合适的网络营销产品策略和服务策略，如何选择有效的网络营销价格策略，如何建设和选择适应网络营销需要的网络营销渠道，如何充分利用网络实施促销策略和网络广告的特点及发布。最后，介绍网络营销中面临的问题，以及如何管理和控制网络营销的实施。

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