

网络营销知识：网络营销策划（下）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\\_170422.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/170/2021_2022__E7_BD_91_E7_BB_9C_E8_90_A5_E9_c40_170422.htm)

六、关键点六：协助消费者完成工作 B2B的网络市场正蓬勃发展，未来被一致看好。但要如何做才能把握商机呢？当你面对的是企业型顾客，他们在工作中使用你的产品或服务，你所要做的，不单是让他们方便地取得资讯、下单、查询订单处理进度，或是寻求协助这些都只不过是先决条件而已。要赢得企业顾客的心，你必须让产品能够随时随地符合顾客的需求，了解他们为何要用它，以及如何让它使用起来更方便。接下来应说明如何善用网络改善作业流程，让顾客迅速且便利地完成工作。

深入了解顾客的工作方式 案例1：国家半导体注重顾客工作方式 之前提及的国家半导体(nationalcom)就非常了解顾客的运作。由吉伯森所带领的网络小组首先针对目标顾客群进行深度访谈，并仔细询问设计工程师决定晶片采购的流程。而后发现，在设计产品前，工程师往往会先参考由晶片型录供应商所提供的各式资料，比较现有产品的功能。然后与业务人员联系，确认是否拿到最新的资料；真正上网搜寻的反而不多。国家半导体因而知道该从何处起步：他们希望设计工程师能够很轻松地取得最新的产品资料，从此毋须再费心更新产品型录档案或打电话向业务人员求教。国家半导体还发现，工程师希望能依功能特性搜寻适用的零件，如低电压、特定的价格区间、特殊功能或最低时脉。如果你通过前后翻阅产品目录寻找所需的产品，恐怕会既费时又费力；于是，国家半导体便四处寻找能在网络上使用，且可依功能特性搜

寻的搜寻引擎。最后终于找到了。一旦工程师找到符合条件的晶片后，他们又须取得该晶片详细的技术规格、模拟软件、以及小量的样品，以便在实验室测试是否适用。所以，国家半导体再接再厉，让工程师只要轻轻地点选，便可完成任务。

持续改善你的作业流程 一旦了解顾客的工作流程后，下一步就是重新设计你的作业流程，这样做不仅迎合了顾客期望的工作方式，也可为公司省下不少的时间与金钱。以波音公司为例，他们因为重新设计了资讯系统，而大受顾客(航空公司)欢迎，从此顾客可以随时上网查询零部件的库存量与价格，并提前作好计划。由于航空公司的飞机与修理厂广布世界各地，他们又必须知道零部件存放的地点，所以，波音又体贴地在所有零部件资料都标明了存放的地点。

让顾客直接查询库存 网络企业带来最大的影响之一，便是让顾客可以主动查询你的存货状况。因为顾客不仅想知道产品的价格与功能，还要清楚你究竟有多少存货，以及他们可以于何时何地取得。这已成为一种趋势，无论是B2C或B to B都是如此，且逐渐成为企业主要的竞争差异。

案例1：美国航空公司与联合航空公司对阵 1997年1月，美国航空的对手联合航空已超越一步，优先让顾客从飞机座次平面图中选择所要的座位。所以美国航空必须迎头赶上：顾客不再只是上网查询票价、时刻表或订票，还希望能从剩下的空位里挑选自己喜欢的座位。

案例2：Aamp.a印刷公司(Aamp.a现有纸张印成不同尺寸的文件各要价多少；或是预估以25磅纸质印制近200页的册子，装订后的可能厚度。而最受欢迎的功能之一，便是让顾客查看各印刷机的使用状况；只要点选印刷机，便可看到以红绿两色标出的印刷行程，绿色表示空档，红色则是已被预

约，顾客因而可以预先排定出版流程，赶在印刷机的空档前将稿件送来即可。绝妙之处还不仅于此。每个顾客的做事风格迥然不同。有些人星期二打电话来说星期四会送稿，但总要拖到下星期一稿子才真正完成；当然，有些人很守时，会准时送达。为了因应顾客的不同状况，每个顾客登录后所看到的印刷行程版本都不相同；通常准时送达的顾客，看到的是真正的行程表；而习惯拖延的顾客，则是稍微调整过、以诱使他们尽早送稿的行程表。

提供顾客足够的资讯与工具，以完成采购决策 究竟要为顾客提供何种资讯或工具，才能协助他们轻松地购买你的产品呢？

案例1：图库光碟提供的民主决策 图库光碟(photodisc.com)事业发展部资深副总裁赫斯顿(Bill Heston)深知，他们的主要顾客(专业设计人员)在挑出照片后，并无权自行决定使用哪张图片，必须先说服同组成员与客户；赫斯顿想出了这样的方法设计人员在挑出中意的照片之后即在旁边加注，并请小组其他成员一同加以评选。然后再请客户到图库光碟的网站上，针对得票最高的几张照片作出最后的决定。

案例2：思科的软件应用程序 思科(cisco.com)发现，由于思科的产品太过复杂，以致顾客在采购时往往不知所措，即使在要求思科报价前，他们也不清楚自己究竟需要哪一种产品组合。于是思科发展了一套软件应用程序，作为组装引擎之用，并输入所有产品相关的组装限制。从此顾客就可直接在网站上推敲适合的产品组合。这样，不仅可尝试不同的组装组合及价位，还可保证他们组装出来的系统一定适用。

依顾客需要列印账单 多数企业在规划网站时，通常不会将账务系统一并列入考虑。以B2C而言，由于客户已惯于使用信用卡购物，一旦消费，厂商只要记下

顾客的卡号等资料，届时便会自动寄送账单。然而，在B2B中，客户却会视账务处理状况决定是否继续合作。如果账单不对或格式不符合客户摊提成本的要求，他们很可能会感到麻烦而将生意转向他人。 让客户轻松地满足其顾客的需求

每日工作结束时，你都该想想如何改善客户的工作，让客户可以最轻松的方式，满足他们顾客的需求。 案例1：英格姆公司的建档分类 全球最大的电脑、软件暨周边设备的分销商，旗下商品达5万件的英格姆公司(Ingram Micro)，斥资将所有顾客想要知道的产品讯息，一一加以建档分类，使得他们的事业伙伴透过店面、商品型录与系统整合业者将电脑与软件转手卖给最终顾客的公司，在收到英格姆提供的资讯后，又可透过网络，轻松地将符合顾客所需的电子型录提供给他们们的顾客。 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](http://www.100test.com)