

网络营销知识：网络营销竞争优势(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_170425.htm

(三) 让顾客满意
利用互联网企业可以将企业中的产品介绍、技术支持和定货情况等信息都放到网上，顾客可以随时随地根据自己需要有选择性了解有关信息，这样克服了在为顾客提供服务时的时间和空间障碍。一般说来，利用互联网可以从下面几个方面让顾客更加满意。首先，提高顾客服务效率。利用互联网公布企业有关信息和技术支持等信息，顾客可以根据情况自行寻求帮助，这样企业的客户服务部门可以有更多时间处理复杂问题和管理客户关系，而且能有针对性解决顾客提出问题，增加顾客的满意程度。当然，企业在把长期积累的客户和产品方面信息进行公开时必须进行控制，只要那些经过授权的才可以进入系统进行查询，否则可能侵犯客户的利益和损害企业的利益。其次，为顾客提供满意的定单执行服务。对于一个客户来说，没有什么事情比不能确定定单是否有效到达更令人担心的。经常是给供应商一个电话导致一系列的电话查询，一个部门问另一个部门，然后再把电话打回客户。这种方式对买卖双方来说都是既费时又费钱的事。利用Internet客户可以自行查找定单的执行情况。如美国的配送公司联邦快递(FedEx)公司或联合快递(UPS)，允许客户到公司的站点查询定单执行情况，客户只需要输入自己的号码，就可以查处货物现在到达位置，以及何时到达目的地。根据调查，这种服务除了增加客户的满意度外，还节省了大量的客户服务费用。第三，为顾客提供满意的售后服务。许多客

户在购买产品后经常遇到许多技术上问题和使用方面的难题，特别是一些高新技术产品，因此售后服务就显得尤为重要。利用互联网将公司的一些产品信息资料和技术支持资料放到网上，允许客户自行在网站进行查找，寻求自我帮助，客户服务只需要解决一些重要的问题。如Dell公司为改进售后服务，将公司的一些软件驱动程序和技术资料公布在其网站，客户的电脑如果需要升级或者出现什么故障时，客户首先可以从网站获取售后服务，如果再有问题才向客户部寻求帮助，这样既提高公司对客户反应速度，又减少公司应对一些客户可以自行解决的售后服务问题。第四，提供顾客满意的产品和服务。由于不同客户有不同需求，为满足客户的差异性需求要求企业能够及时了解客户的需求，并客户的特定需求提供产品和服务。利用互联网，企业可以很容易知道客户的特定需求，然后根据客户的特定需求来生产，最大限度满足顾客的需求，保持顾客的品牌忠诚度。如美国最大的牛仔服装生产企业VF公司允许消费者通过公司的网站定制自己的满意的牛仔服，消费者只需要网站提供辅助设计软件CAD系统根据自己的身材和爱好设计出自己满意的牛仔服式样，然后VF公司根据消费者的设计自动生产出消费者自行设计的满意产品。

（四）满足消费者个性化需求 首先，网络营销是一种以消费者为导向，强调个性化的营销方式。网络营销的最大特点在于以消费者为主导。消费者将拥有比过去更大的选择自由，他们可根据自己的个性特点和需求在全球范围内找寻满足品，不受地域限制。通过进入感兴趣的企业网址或虚拟商店，消费者可获取产品的更多的相关信息，使购物更显个性。这种个性消费的发展将促使企业重新考虑其营销战略

，以消费者的个性需求作为提供产品及服务的出发点。此外，随着计算机辅助设计、人工智能、遥感和遥控技术的进步，现代企业将具备以较低成本进行多品种小批量生产的能力，这一能力的增强为个性营销奠定了基础。同时，网络营销的出现节省了庞大的促销费用，为企业满足消费者个性化需求提供了可行的解决途径。其次，网络营销具有极强的互动性，是实现全程营销的理想工具。传统的营销管理强调4P（产品、价格、渠道和促销）组合，现代营销管理则追求4C（顾客、成本、方便和沟通），然而无论哪一种观念都必须基于这样一个前提：企业必须实行全程营销，即必须由产品的设计阶段就开始充分考虑消费者的需求和意愿。但是，在实际操作中这一点往往难以做到，而在网络环境下，这一状况将有所改观。即使是中小企业也可通过电子布告栏和电子邮件等方式，以极低成本在营销的全过程中对消费者进行即时的住处搜集，消费者则有机会对产品从设计到定价（对采用理解价值定价法的企业尤其意义）和服务等一系列问题发表意见。这种双向互动的沟通方式提高了消费者的参与性和积极性，更重要的是它能使企业的营销决策有的放矢，从根本上提高消费者满意度。第三，网络营销能满足消费者对购物方便性的需求，提高消费者的购物效率。现代化的生活节奏已使消费者用于外出在商店购物的时间越来越短。在传统的购物方式中，从商品买卖过程来看，一般需要经过看样选择商品确定所需购买的商品付款结算包装商品取货（或送货）等一系列过程。这个买卖过程大多数是在售货地点完成的，短则几分钟，长则数个小时，再加上购买者为购买商品去购物场所的路途时间、购买后的返途时间及在购买地的逗留时

间，无疑是大大处长了商品的买卖过程，使消费者为购买商品而必须在时间和精力上作出很大的付出。同时，拥挤的交通和日益扩大的店面更处长了消费者购物所耗费的时间和精力。然而在现代社会，消费者可以无需驱车就能到很远的商场去购物，省却许多麻烦。同时，在使用过程中发生的问题，你可以随时与厂家联系，得到来自卖方及时的技术支持和服务。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