网络营销知识：网络营销服务(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_170434.htm （二） 网上产品服务 1、网上售前服务 市场营销从原来的交易营销演变为关系营销，市场营销目标转变为在达成交易的同时还要维系与顾客的关系，更好地为顾客提供全方面的服务。根据顾客与企业发生关系的阶段，可以分为销售前、销售中和销售后三个阶段。网络营销产品服务相应也划分为网上售前服务、网上售中服务和网上售后服务。 从交易双方的需求可以看出，企业网络营销售前服务主要是提供信息服务。企业提供售前服务的方式主要有两种，一种是通过自己网站宣传和介绍产品信息，这种方式要求企业的网站必须有一定的知名度，否则很难吸引顾客注意；另一种方式通过网上虚拟市场提供商品信息。企业可以免费在上面发布产品信息广告，提供产品样品。除了提供产品信息外，还应该提供产品相关信息，包括产品性能介绍和同类产品比较信息。为方便顾客准备购买，还应该介绍产品如何购买的信息，产品包含哪些服务，产品使用说明等等。总之，提供的信息要让准备购买的顾客“ 胸有成竹 ”，顾客在购买后可以放心使用。 2、网上售中服务 网上售中服务主要是指销售过程中的服务。这类服务是指产品的买卖关系已经确定，等待产品送到指定地点的过程中的服务，如了解订单执行情况、产品运输情况等等。在传统营销部门中，有30%到40%的资源是用于应对顾客对销售执行情况的查询和询问，这些服务不但浪费时间，而且非常琐碎难以给用户满意的回答。特别是一些跨地区的销售，顾客要求

服务的比例更高，而网上销售的一个特点是突破传统市场对地理位置的依赖和分割，因此网上销售的售中服务非常重要。因此，在设计网上销售网站时，在提供网上订货功能的同时，还要提供订单执行查询功能，方便顾客及时了解订单执行情况，同时减少因网上直销带来的顾客对售中服务人员的需求。 如美国的联邦快递（http://www.FedEx.com），它通过其高效的邮件快递系统将邮件在递送中的中间环节信息都输送到计算机的数据库，客户可以直接通过互联网从网上查找邮件的最新动态。客户可以在两天内去网上查看其包裹到了哪一站、在什么时间采取什么步骤，投递不成的原因、在什么时间会采取下一步措施，直至收件人安全地收到包裹为止。客户不用打电话去问任何人，上述服务信息都可在网上获得，既让客户免于为查邮件而奔波查询，同时公司又大大减少邮件查询方面的开支，实现企业与顾客的共同增值。 3、网上售后服务 （1）．网上售后服务的内涵 网上售后服务就是借助互联网的直接沟通的优势，以便捷方式满足客户对产品帮助、技术支持和使用维护的需求的企业为客户服务的方式。网上售后服务有两类，一类是基本的网上产品支持和技术服务；另一类是企业为满足顾客的附加需求提供的增值服务。 由于分工的日益专业化，使得一个产品的生产需要多个企业配合，因此产品的支持和技术也相对比较复杂。提供网上产品支持和技术服务，可以方便客户通过网站直接找到相应的企业或者专家寻求帮助，减少不必要的中间环节。如美国的波音公司通过其网站公布其零件供应商的联系方式，同时将有关技术资料放到网站，方便各地飞机维修人员及时索取最新资料和寻求技术帮助。为提升企业的竞争能力，许多

企业在提供基本售后服务的同时，还提供一些增值性服务。（2）．网上售后服务的特点：① 便捷性。网上的服务是24小时开放的，用户可以随时随地上网寻求支持和服务，而且不用等待。② 灵活性。由于网上的服务是综合了许多技术人员知识、经验和以往客户出现问题的解决办法，因此用户可以根据自己需要从网上需求相应帮助，同时可以学习其它人的解决办法。③ 低廉性。网上售后服务的自动化和开放性，使得企业可以减少售后服务和技术支持人员，大大减少不必要的管理费用和服务费用。④ 直接性。客户通过上网可以直接寻求服务，避免通过传统方式经过多个中间环节才能得以处理。4、网上产品服务网站设计 在企业的网络营销站点中，网上产品服务是网站的重要组成部分。有的企业建设网站的主要目的是提供网上产品服务，提升企业的服务水平。为满足网络营销中顾客不同层次的需求，一个功能比较完善的网站应具有下面一些功能：（1）提供产品分类信息和技术资料，方便客户获取所需的产品、技术资料；（2）提供产品相关知识和链接，方便客户深入了解产品，从其它网站获取帮助；（3）FAQ，即常见问题解答，帮助客户直接从网上寻找问题的答案；（4）网上虚拟社区（BBS和Chat），提供给客户发表评论和相互交流学习的园地；（5）客户邮件列表，客户可以自由登记和了解网站最新动态，企业及时发布消息。 上述功能是一些基本功能，一方面企业可以向客户发布信息，另一方面企业也可以从客户接受到反馈信息，同时企业与客户还可以直接进行沟通。为满足顾客一些特定需求，网站还可以提供一些特定服务，如上面介绍的联邦快递公司提供的网上包裹查询服务。下面分别介绍如何设计网站实

现上述功能。 （1）．产品信息和相关知识方面的设计 客户上网查询产品，是想全面了解产品各方面的信息，因此在设计提供产品信息时遵循的标准是：客户看到这些产品信息后就不用再通过其他方式来了解产品信息。需要注意的是，很多企业提供的服务往往是针对特定群体的，并不是针对网上所有公众，因此为了保守商业秘密，可以用路径保护的方法，让企业和客户都有安全感。 对于一些复杂产品，客户在选择和购买后使用时需要了解大量与产品有关的知识和信息，以减少对产品陌生感。特别是一些高新技术产品，企业在详细介绍产品各方面信息同时，还需要介绍一些相关的知识，帮助客户更好使用产品。 （2）．FAQ的设计 FAQ（Frequently Asked Questions）既常见问题解答。如Microsoft公司的网站中有非常详尽的“ KnowledgeBase（知识库）”，对于客户提出的一般性问题，在网站中几乎都有解答。同时还提供了一套有效的检索系统，让人们在数量巨大的文档中快捷地查找到所需要的东西。 设计一个容易使用的FAQ需要注意： ① 保证FAQ的效用。要经常更新问题，回答客户提出的一些热点问题，要了解并掌握客户关心的一些问题是什么。 ② 保证FAQ简单易用。首先提供搜索功能，客户通过输入关键字就可以直接找到有关问题答案；其次是采用分层目录式的结构来组织问题；第三是将客户最经常问的问题放到前面；第四是对于一些复杂问题，可以在问题之间加上链接。 ③ 注意FAQ的内容和格式。 （3）．网上虚拟社区的设计 顾客购买产品后，一个重要环节就是购买后的评价和体验，对于一些不满足可能采取一定的措施和行动进行平衡。企业设计网上虚拟社区就是让客户在购买后既可以发表对产品的评

论，也可以提出针对产品的一些经验，也可以与一些使用该产品的其他客户进行交流。营造一个与企业的服务或产品相关的网上社区，不但可以让客户自由参与，同时还可以吸引更多潜在客户参与。 （4）．客户邮件列表 电子邮件是最便宜的沟通方式，用户一般比较反感滥发的电子邮件，但对与自己相关的电子邮件还是非常感兴趣的。企业建立电子邮件列表，可以让客户自由登记注册，然后定期向客户发布企业最新的信息，加强与客户联系。 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