

网络营销知识：网络营销服务(3) 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_170436.htm

三) 网上个性化服务策略

1、网上个性化服务概述 个性化服务 (Customized Service) ，也叫定制服务，就是按照顾客特别是一般消费者的要求提供特定服务。 个性化服务包括有三个方面：服务时空的个性化，在人们希望的时间和希望的地点得到服务；服务方式的个性化，能根据个人爱好或特色来进行服务；服务内容个性化，不再是千篇一律，千人一面，而是各取所需，各得其所。 互联网可以在上述三个方面给用户个性化的服务。 伴随个性化服务，会出现相应的问题。首先是隐私问题，个人提交的需求、信息提供者掌握的个人偏好和倾向，都是一笔巨大的财富。大多数人不愿公开自己的“绝对隐私”。因此，企业在提供个性化服务时，必须注意保护用户的一些隐私信息，更不能将这些隐私信息进行公开或者出卖。 侵犯用户的隐私信息，不但招致用户的反对，而且可能导致用户的抗诉甚至报复。其次，提供的个性化服务要是用户真正需要的。另外，个性化服务还涉及许多技术问题，用户要做到不论何时、不论何地都可以接收信息，而且接受的信息是用户需要的和选择的。

2、网上个性化的信息服务 网站是一种影响面广、受众数量巨大的市场营销工具，伴随着受众范围和数量的“无限”增大，受众在语言、文化背景、消费水平、经济环境和意识形态，直至每个消费者具体的需求水平等方面存在的差异就变成一个非常突出的问题了。于是，怎样充分发挥互联网在动态交互方面的优势，尽量满足不

同消费者的不同需求，就成为定制服务产生的市场动因。

(1) . 网上个性化的信息服务方式 目前网上提供的定制服务，一般是网站经营者根据受众在需求上存在的差异，将信息或服务化整为零或提供定时定量服务，让受众根据自己的喜好去选择和组配，从而使网站在为大多数受众服务的同时，变成能够一对一地满足受众特殊需求的市场营销工具。个性化服务，改变了信息服务“我提供什么，用户接受什么”的传统方式，变成了“用户需要什么，我提供什么”的个性化方式。信息的个性化服务，主要有下面一些方案：

 页面定制。Web定制使预订者获得自己选择的多媒体信息，只需标准的Web浏览器。许多网站都推出了个性化页面服务，如“雅虎”推出了“我的雅虎（中文网址是<http://cn.my.yahoo.com>）”，可让用户定制个性化主页。用户根据自己的喜好定制显示结构和显示内容，定制的内容包括新闻、政治、财经、体育……等多个栏目，还提供了搜索引擎、股市行情、天气预报、常去的网址导航等。用户定制以后，个人信息被服务器保存下来，以后访问“我的雅虎”，用户看到的就是自己定制的内容。现在，国内“网易”已推出了类似的服务（<http://my.163.com>），瀛海威也推出了个性化空间（www.your.com.cn）。

 电子邮件定制方案。目前中报联与上海热线正在合作推出产业新闻邮件定制服务；专用客户机软件，如股票软件、天气软件等可以传送广泛的待售品、多媒体信息，客户机不需要保持与INTERNET的永久链接。但目前电子邮件定制信息只能定制文本方式的信息。（随着越来越多的用户安装了支持MIME的软件包，多媒体电子邮件越来越普遍了） 需要客户端软件支持的定制服务

。如Quote.com的股票报价服务，还可以结合MicroQuest公司的客户端软件包对投资组合进行评估，而<http://www.PointCast.com>则更为典型，它通过运行在读者计算机上特制的软件包来接收新闻信息，这种软件以类似屏幕保护的形式出现在计算机上，而接收哪些信息是需要读者事先选择和定制的。这种方式与上述方式最大的不同在于，信息并不是驻留在服务器端的，而是通过网络实时推送到客户端，传输速度更快，让您察觉不出下载的时间。但客户端软件方式对计算机配置有较高的要求，在信息流动过程中可以借用客户端计算机的空间和系统资源，但是让客户下载是一件麻烦事。

（2）. 网上个性化信息服务应注意的问题

网上个性化服务是一种非常有效的网络营销策略，但网上个性化服务是一个系统性工作，它需要从方式上、内容上、技术上和资金上进行系统规划和配合，否则个性化服务是很难实现的。对于一般网站提供个性化服务要注意下面几个问题：

个性化服务是众多网站经营手段中的一种，是否适合于您的网站应用，应用在网站的哪个环节上，是需要具体情况具体分析。

应用个性化服务首先要做的是细分市场，细分目标群体，同时准确地确定不同群体的需求特点。这几个方面的因素决定着个性化服务的具体方式，也决定着个性化服务的信息内容是什么。

市场细分的程度越高，需要投入到个性化服务中的成本也会相应提高，而且对网站的技术要求也更高，网站经营者要量力而行。

3、网上个性化服务的意义

按照营销的理论，目标市场是需要细分的，细分的目的是把握目标市场的需求特点，从而使按需提供的产品和服务能为客户广泛接受。因此，细分的程度越高，就越能够准确地掌

握客户的需求。对于网站经营者来说，将大量的网民吸引住，是网站能否成功的关键。而在网站的交互过程中，网民是处于主动地位的，网民不去访问您的网站，网站中的信息或服务不被网民应用，网站就失去了存在的意义。由于个性化的定制服务在满足网民需求方面可以达到相当的深度，所以，只要网站经营者对目标群体有准确的细分和定位，对他们的需求有全面准确的总结和概括，应用定制服务这一营销方式就可以有效地吸引网民。另外，在网站个性化服务中，电脑系统可以跟踪记录用户的操作习惯、常去的站点和网页类型、选择倾向、需求信息以及需求与需求之间的隐性关联，据此更有针对性地提供用户所希望的信息，形成良性循环，使人们的生活离不开网络。而信息服务提供者也有利可图，系统在对用户信息进行分析综合后，可以抽象出一类特定的人，然后有针对性地进行个性化、目的性很强的广告；也可将这些信息进行提炼加工，用来指导生产商的生产；生产商据此可以将目标市场细化，生产出更多更具个性化的产品，并实现规模化生产和个人化产品/价格销售。这些信息还可卖给广告商，因为准确而具体的信息将为广告商节省一大笔市场调研费，从而使广告成本降低。总之，个性化服务对个人、对信息提供者都有益处。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