

电子商务师案例:某个CTOC网站具体的营销方案规划书 PDF  
转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/244/2021\\_2022\\_\\_E7\\_94\\_B5\\_E](https://www.100test.com/kao_ti2020/244/2021_2022__E7_94_B5_E5_AD_90_E5_95_86_E5_c40_244256.htm)

5\_AD\_90\_E5\_95\_86\_E5\_c40\_244256.htm 公司网站营销方案（简版）前言：随着网络的普及，以及人们文化素质的提高，上网是大多数人生活中不可缺少的一部分，同时有相当一大部分的人，积极的参与网上的各种活动，现在越来越多的人，希望利用业余的时间，进行网上购物和网上创业等活动，从各种迹象可以预测中国未来几年的网上购物市场发展前景很大。面对这样大的蛋糕，其市场竞争也很激烈的，若公司想在这块市场上分地一块属于自己的蛋糕的话，必须做到知己知彼，方能百战胜利百胜，所以我们从以下几个方面分析，找到符合自己发展的道路。第一：市场分析：1.营销环境：中国经历了20多年的改革开放，经济取得了突飞猛进的发展势头，人民生活水平和消费能力，以及一些消费观念正逐步改变，其中，网上购物这一新型消费方式和购物观念正在逐步深入人心，也正被许多网民所乐意接受，特别是受到了年轻一代人的喜欢，因为年轻人的文化素质高，对网络知识了解的比较多，并且他们很容易接受新事物，并大胆的尝试，同时网上购物带给顾客的是一种全新的体验和感觉，又让顾客得到实惠和方便等许多好处，从国际环境来说，发达国家的网上购物更是普及，比如韩国人日渐习惯网上购物，其网上购物金额突破6万亿韩元，又如互联网改变欧洲人的生活习惯，网上购物成为主流，而最新统计资料数字显示，美国网上购物已经逐步发展成熟。经过一阵的网络泡沫经济之后，网上购物走出了低谷，交易增长164.14%，达到3.83亿元。

面对国际环境带给网上购物新的生命力，国内的网上购物也正逐渐热起来，而中国第一次进行真正意义上的网上购物是1995年。直到1999年才被人们认可，随着网络的普及，以及拥有13亿人的消费大国，一些风险投资资金，纷纷争夺中国的网上购物市场，比如当当网，易趣网，8848等，中国网上购物正处于起步阶段。在国内，各类商务模式的发展概况如下：截止到2000年3月底，中国目前从事消费类电子商务的网站数量为1100余家，其中购物网站近800家，拍卖网站有100家左右，服务类网站中远程教育网站180家，远程医疗网站20家。在购物网站中，其中近1/3有传统零售业务，2/3则为纯粹的网上商店，这一情况正好与国外相反。例如在欧洲，在线商店里有2/3有传统的零售业务，这显示了中国的传统零售业对于利用互联网开拓业务还不甚积极，目前从事电子商务的以新兴企业居多。面对这么大的市场，我们怎么能落后与别人呢？

2.消费者分析：（1）：网民上网的主要方式：目前，中国网民已经远超过900万人，并且每年增长速度为50%以上，大多数网民上网是通过家里和办公室和网吧等三种方式途径，其中通过佳丽宽带和拨号上网为最多，从这三种主要上网方式来看，只有在家里上网的网民对网上购物更关心和更积极的参与，因为在网吧上网的话，一个费用高，另外一个就是网吧不方便，条件不到位，比如软驱没有，致使许多人不能好好的处理自己上传的资料，所以在网吧上网的人，一般不是很积极的参与网上购物类型的网站，最多他们对浏览网站，会偶尔参与网上购物，但是很少进行网上出售物品，针对这样的顾客，我们只能通过广告来吸引网民浏览网站和增加他们网上购物的兴趣和积极心，没有必要花大力气对他

们宣传网上开店，而对于在办公室上网的网民来说，一般会有比较多的时间浏览网站，并且可以积极的参与网上购物，但不是很适合网上开店，因为在网上开店的话，有很多的程序和资料上传，而在办公室就不适合做这些事情了，不过我们可以通过宣传方式，让他们对网上购物产生兴趣，并且积极参与，最好使他们能进行网上开店，对于在家上网的网民来说，时间和精力不受任何的限制，所以我们重点对他们进行引导，因为他们已经具备了网上购物和开店的前提条件了，对他们进行广告宣传 and 引导，以及网站内容的吸引，做到三方面同时进攻，全范围的调动他们的注意力，让他们进入网站并开店。（2）：网民上网的目的：网民上网一般是因为有某些需要和爱好才回积极的上网，比如和朋友交流和聊天等。但是现在大多的网民上网的目的：1.有78%的人是看新闻，现在很多人因为工作忙，没有什么时间看新闻，或者想通过网络看到一些在日常生活中无法看到的新闻等2.找资料，比如因为工作需要或者研究需要，通过网络查找自己所需要的资料。3.发E-MAIL.有一些人，经常通过电子邮件跟朋友和亲戚以及客户进行联系，4.聊天交朋友。一些人也许因为认识的人不多，他们很喜欢通过网络认识一些朋友，也回通过网络这样简单的方式与别人进行聊天，得到心理上的快乐，比如他们会因为今天心情，而与网络朋友进行情感交流。5.休闲。很多人回利用网络的方式进行休闲，比如浏览图片，在网络里看笑话等方式进行网络休闲。6.参加BBS，很多人喜欢参加BBS的讨论和活动，因为论坛是他们发表文章，交流感情，认识朋友的地方，是他们通过论坛可以交到和自己爱好一样的朋友，可以和爱好一样的朋友产生共鸣等

。7.求职招聘，很多的人会通过网络的方式进行求职和招聘，因为网络带给大家很多的方便，8.购物，很多的人，在网上回进行网上购物，因为有一些商品在自己生活的圈子里是买不到的，同时网上购物有他的优势，比如价格便宜等。

9.网上创业。现在网上购物的网站出现了很多的，所以有一些人专门通过这样的网站，进行网上创业。还有资料表明，有91%的网民听过电子商务，有8%的人用过网上购物和网上教育，有6%的人使用过网上拍卖，有5%的人在网进行买卖股票，（3）：网民的特点：1.网上消费者将更趋年轻化：据CNNIC统计，Internet现有用户中21-35岁的占78.5%，35岁以上的用户占10.7%，粗略计算平均年龄，可以得到均值为26.7岁，可以肯定地说Internet网现丰是年轻人的天地。那么未来五年内，有支付能力的中老年网民是否会增加呢？此次调研结果显示其答案是否定的。此次调查表明，未来五年在家中上网的人的平均年龄均低于26.7岁，年轻人的比例更大，中老年人的上网比例将在较长一段时间内得不到提升。2.网上消费者学历逐步趋低CNNIC统计结果显示大专以上文化程度的网民占86%，从而反映出对Internet这一新鲜事物，高素质者反应相对较快。对于未来五年内的家庭上网者进行统计分析表明，随着Internet网络新鲜度的褪去，以及手机上网，有线上线，机顶盒技术的日趋完善，对于上网所要求掌握的知识也将逐步减少，即随着"傻瓜化"上网时代的到来，相对较低学历的人也在随时间推移逐步加入Internet网民之列，而且比例有逐年提升的趋势。3.家庭收入的高低不构成影响上网的主要因素。随着ISP市场竞争的加剧，上网费用将进一步降低，尤其是中国教育网费用的大幅下调，使学生成为新

增网民的主力，另外企业、政府中陪位的中低层管理人员、一般职员的上网比例将逐年增加。4.上网消费用户仍以受过高等教育的年轻男生为主：目前中国参与电子商务的网民群体主要由接受过高等教育的年轻男性构成，虽然与网民总体特征近似，但男性更多，收入更高。本次调查表明，男性更愿意参与电子商务活动，而收入越高，上网时间越早，参与电子商务的可能性越大。网民所在区域的分布比例，特点，及其发展。中国互联网络信息中心于2000年1月发布的《中国互联网络发展状况统计报告（2000/1）》的统计结果中北京，广东，上海分列网民数量的前三名，在其它四次历年的统计结果也大致如此（只有1999年1月的统计结果中上海排列于第五名）。排在这三个城市之后的是诸如：山东，江苏，浙江，湖北，湖南等省，可以看出，占全国总人口24.5%的沿海六省市北京、广东、上海、江苏、山东和浙江，占了99年底全国互联网用户总数的61%。由此可见，现阶段的中国互联网，作为一个新的事物，其在民众中普及程度是与当地的经济水平密切相关的，因为在我国互联网接入费用还相当高的今天，经济水平对大众中否选择互联网起到了相当重要的作用。在网民数量的增长上，99年上海市的互联网用户总数比98年增加了995%，互联网用户数名列第一和第二的北京和广东99年增长率仅为276%和162%，湖南去年互联网用户增长速度名列全国第二，增长率达到763%，天津和河北分居第三和第四。中部和东北的省份99年互联网的发展速度已超过最先启动互联网的沿海富裕省份，但西部省份的差距却在拉大。北京不止拥有全国最多的互联网用户，互联网的渗透率（总人口中互联网用户所占的比例）也最高，17.4%的北京居民

（包括外地在京就读的大学生）已经上网。上海和天津居民的上网比例分别为7.6%和2.6%。尽管去年互联网用户数的增长率分居第一、二位，但与北京相比，上海和天津仍有巨大的增长潜力。（4）：网民对网上购物的观点：1.虽然电子商务在国内处于刚刚开始阶段，但已经被很多网民所接受。2.年轻网民对网上购物的接受比较迅速，并且愿意尝试。3.用户对目前电子商务网站内容还有较大意见：内容不详细、不符合购物者阅读习惯。另外，网上内容的真实性需要提高，这种不真实内容的破坏性是很大的。4.用户比较愿意接受送货上门的服务。5.用户接受网上支付的方式，但支付手段不多，在目前的情况下最好的替代方式是货到付款。

（5）：影响消费者网上购物的因素：1：网站诚信度是否高，困扰网上购物网站发展的最大困难就是诚信体系的建立和完善，暂时在中国市场上，网上购物的诚信制度还不高，还不完善，法律也还不完善，所以网站本身和会员的诚信度是否高是影响网站声誉的直接因素。2：注册会员是否简单，对于网上购物的网站来说，假如会员注册麻烦的话，他们一般不愿意注册的，很多的人是在第一次浏览的时候还不怎么感兴趣的，而是在多次参与和浏览的过程中，留下好的印象，才积极的参与网上购物的，所以对于网上购物的网站，会员注册一定要简单，方便。3.服务和售后服务是否到位。现在很多网上购物的网站，售后服务和注册与交易服务等还不完善也不到位的，所以制约了他们的发展，比如会员购买的产品与实际卖家描述不符合的话，购买的是伪劣产品时，网站又应该做出什么反应呢？是否为顾客的损失进行补偿呢？而易趣的做法却是给顾客进行交易失败补偿的办法，使顾客

免去了后顾之忧啊！

- 4.网站内容是否新颖，是否突出自己的特色。假如网站内容没有吸引力的话，网站就很难在激烈的市场竞争中，占据自己的市场，因为有些顾客喜欢有特点的网站，喜欢有特色的网站，而不是大众化的网站，
- 5.页面设计是否合理，是否突出自己的风格。假如页面设计不合理的话，不为顾客的利用和需要着想的话，很难吸引和留驻一些顾客的，假如没有自己的风格的话，在激烈的市场中，很难发展的。
- 6.购物过程是否复杂。根据网络文化的特点，网民一般不喜欢购物的复杂化，而是喜欢购物的方便和简单化，这个也是网上购物的一个，优点，我们必须利用好。
- 7.信息商品量是否多，商品选择余地是否大，品种是否全，对于一个网上购物的网站，假如信息量少的话，商品品种不多的话，顾客的选择余地小，所以很难吸引别人来进行购买的，因为很大一部分的人是因为在自己所在的地方购买不到某些商品，而是通过网上购物的网站进行购买的，所以信息量大小是一个关键因素
- 8.交易是否安全。对于交易没有保障和安全的网站，是不可能发展的，所以网站必须做到交易的安全以及完善交易制度等
- 9.付款是否方便和安全。付款是否方便已经也是网上购物网站的一大难题，因为付款不方便和不安全的话，别人就不敢来购买产品了，同时也是网上购物网站竞争的焦点了。也是顾客所关心的话题。
- 10, 价格是否合理和便宜。价格永远是竞争的法宝，没有价格优势的话，网站是很难生存下去的，所以商品在数量上要多外，价格上必须要便宜和合理，假如网站商品价格比商场贵的话，那么就没有什么人回去浏览网站，更不要说购买拉。

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)