

电子商务师案例:云网的电子商务策略分析 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/245/2021\\_2022\\_\\_E7\\_94\\_B5\\_E5\\_AD\\_90\\_E5\\_95\\_86\\_E5\\_c40\\_245556.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/245/2021_2022__E7_94_B5_E5_AD_90_E5_95_86_E5_c40_245556.htm) “云网”对很多人来说都是个陌生的网站，但它在业内却是大名鼎鼎。这家最初由两人创业、10万元做启动资金的民营企业，目前已成为国内数字卡类B2C电子商务网站中的佼佼者，拥有国内最完善的银行卡在线实时支付平台和近4年的数字产品电子商务运营经验。占有国内市场份额的75%以上，日成功交易15000笔以上。云网是国内首家实现在线实时交易的电子商务公司。经过3年多的电子商务运营的磨炼，该公司坚持致力发展数字化商品在线实时交易(Online Real-Time)的电子商务模式。技术优势成为保障云网之所以在短时间内能在电子商务领域脱颖而出，首先得益于自身的技术优势。1999年对中国电子商务来说是重要的一年，在这一年中，诞生了著名的8848，yabuy，酷必得，还有当时并不出名的云网。云网从成立至今只销售一类产品数字卡。购买方式也很特别，只要在网站上按照云网的流程操作，就可以完成整个购买流程，而不需要和任何人接触。由于没有足够的资本支持，云网诞生之初就将目前锁定在两个层面：一、用技术把电子商务做得比传统商务成本更低；二、用技术使电子商务比传统商务提供更独到的服务。2000年，云网率先运作网上银行业务。云网坚信网上支付才是电子商务发展的必然趋势，于是云网的第一个大胆而成功的战略决策就是：不作线下支付，只发展网上支付的产品销售。云网另一个成功的战略决策就是云网的产品政策：数字卡产品在1999年的时候品种还非常少，用户也不多。

当时的数字卡类产品主要为IP卡和上网卡，而当时使用IP卡和上网卡的人都不多。选择这样一类产品在于云网首先预见这类产品的庞大市场，另外一个原因就是云网认为数字卡类产品是最适合网上销售的产品。这两个决策为云网的发展牢牢地奠定了自己的地位。云网在网上支付上的努力一直没有停止过，并始终处于领跑的地位：2000年成为北京建行唯一的特约测试商户开通建行网上支付；成为工行的惟一指定测试商户；2001年陆续开通全国28个建行，成为国内开通建行支付最多的商户；2003年云网再次配合民生银行开通民生的网络银行服务。创新无止境技术方面的优势为云网的成功提供了客观的保障，云网总经理朱子刚认为，商务的成功才是真正的成功，这就需要不断探索创新。云网在商务上所作的努力，除了与技术特点结合的地方外，就是不断创新，永远领先竞争对手。创新之一：专卖数字卡，敢为天下先。电子商务诞生之初，一系列的卖场蜂拥而上，但很少有人去思考电子商务卖什么？专卖数字卡类产品的战略，对于云网来说是一个非常重大的决定，尤其是在当时电子商务大干快上的条件下。可以说这一决策决定了云网今后的成功。数字卡类产品随着信息技术的发展将越来越普遍，这个市场的空间将变得巨大而且又增速很快；同时数字卡类产品尽管有着实物的外壳但是核心价值却是信息，可以由网络传输解决一切问题；数字卡类产品是高度标准的产品，用户的购买参与度很低，没有人会在买IP卡的时候对它的色泽手感挑来挑去，而是把钱扔下就走。这三点都决定了B2C的电子商务如果销售数字卡类产品是再合适不过了。创新之二：实时提货，无等待销售。确定了卖什么之后，B2C的核心价值就在于怎么

卖了，同样的产品，为什么用户要在网上买而不是自己跑一趟？云网在销售模式的重大创新就是实时销售模式，这一模式不是凭空产生的，第一是基于其对产品的理解，第二是基于技术方面的优势。通过互联网实时销售数字卡产品，真正做到现买现用无须等待，彻底解决了B2C的物流瓶颈，并给顾客带来了最大便利。也许是这一想法太过新颖，所以推出之初，顾客花了很多时间去接受和习惯这一模式，一旦被接受，顾客的忠诚度非常高。正因为如此，云网的业务发展也一直呈高速增长的状态，不断的新客户变成老客户。据统计，在云网有过重复购买经历的用户超过60%。云网的会员也在急速的增加。这种数字产品的销售模式正在被很多网站模仿，成为网上数字类产品销售的标准模式。创新之三：网络加盟连锁，无投入经营。网络加盟连锁的概念可以说是B2C电子商务中非常重要的一个里程碑，因为只有如此才能真正迅速展开业务，同时也只有这种共赢的模式才能真正长久。截至2003年9月，云网的网络加盟代理数量已经突破万家，其中包括sina、sohu这样的门户网站，成了网上最大的数字卡销售网络，遥遥领先于其他数字卡销售商。创新之四：无风险销售。有了webvar的成功经验，云网在2000年底又推出了被云网称之为CS的销售系统，将电子商务的形式再次丰富。很多人已经习惯了在街边报摊购买IP卡，但是对一个书报亭来说，要备齐所有的卡类产品成本太高，而且风险太大，所以一般报亭只有3-5种常用的卡，销售量也不大。而利用云网的销售系统，可以迅速实现多品种销售，同时没有任何销售风险。这是一个全新的概念，所有人都可以从事电子商务，电子商务原来这么简单，可以不了解电子商务的概念

，但是可以利用云网电子商务获利，这其实就是电子商务的真谛，也是云网追求的效果。创新之五：无须等待的联合购买。联合购买或者说团购不是一个新概念，尤其是随着互联网的出现，联合购买被更多的人提出和实践，因为网络全方位的沟通使联合购买成为可能。云网独创了一套无须等待的联合购买，只要看好某产品就可以加入联合购买，先付款先提货先使用，等到有了足够的人数以后系统自动将该退的钱退到用户的账户上，这样用户既可以获得联合购买的优惠，同时还可以无须经过漫长的等待和面对很多偶然因素的干扰。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)