

电子商务综合辅导：中国出口商的网络营销务实之道 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/250/2021_2022__E7_94_B5_E5_AD_90_E5_95_86_E5_c40_250194.htm 江苏威特集团是一家生产销售汽车离合器总成、压盖总成等汽车配件的外向型企业集团，近几年来，每年的出口总额一直保持在900万美元以上，自营出口额达500万美元，市场的外向度由1997年的46%上升到今年的89%，国际市场由1997年的15个国家和地区发展到今年的50多个国家和地区。产品一直处于供不应求态势，这些业绩的取得与我们务实而有效的网络营销工作是分不开的。

一、自力更生，自我发展，探索出一条符合集团未来和现实资源条件的网络营销之路。多年的外向型经济实践，使我们深刻认识到对于新兴的商业模式，新兴的营销手段要大胆试验大胆实践。将先进科学技术成果武装到传统的营销工作中去以赢得可贵商机。我们主要做法是：（一）做独立网址的网站，自行维护网站资料从1997年开始我们根据国际市场情况和客户的要求在因特网上设置了自己的主页。但由于资料更新麻烦和域名宣传不方便，我们很快将其升级为具有独立域名的网站。通过学习，我们具备了网站维护的基本能力，从1998年至今，先后改版6次，上载产品图片300余张，页面修改190次（页）以上，使网站真正成为集团经营活动的橱窗，时刻体现现实的经营业态，并且与网上信息同步。常看常新的网站，不仅给访问者不断带来有商业价值的信息，提高了访问量和潜在的商业机会，还使老客户时刻感受到集团经济工作的勃勃生机。（二）借助网络媒体，高强度、低成本、针对性地宣传自己的网站，经过几

年的摸索，我们有了几件法宝：（1）在国内外知名网站的电子公告牌上进行轮番宣传。如中文的阿里巴巴网站、中华商务网、中国汽车配件网，英文的汽车网、联合经贸网、连接中国网等等。一共大约有50个，基本保证每月都有我们网站的最新消息，因为这些网站的访问者大都是商贸界人士，有些商务网站和我们的业务非常靠近，其访问者甚至就是潜在客户。（2）加入商业信息库，提高被检索的机率。许多综合型的商贸网站上都有一些开放的商业信息库，供企业自由登录，我们就有选择地登陆了一些，大约有30个，并且保持在这些数据库中的信息与网站同步更新。（3）向客户群定期发送电子邮件。经过多年的网上操作，我们收集到了大约1000个左右的e-mail。这些e-mail的主人，有的是汽车制造商的采购主管，有的是零部件经销商，有的是综合贸易的负责人，有的是这些产品的爱好者和设计人员。当然，这个客户群也是动态的，有的圈进来，有的也被退出去，我们始终保持千个左右。他们也往往是集团网站的忠诚的访问者，他们的反馈对我们产品的改进、市场的拓展有着非同寻常的参考作用，而获得这些意见的成本几乎可以忽略不计。三年来向16万人次发送邮件2000多次，其成本不过区区几百元。（4）为不同的人群设计不同的宣传主题。同样是一条新产品促销信息，如果千人一面地宣传产品如何如何好，买了以后，怎样怎样实惠，是网上人士最反感和厌恶的，只有设计一些精确的主题有针对性地宣传才能取得较好的效果。比如，对于半金属基质面片的离合器总成，我们就设计了诸如环保专题、商机专题、节耗专题、安全专题和广告专题等等，使看信息的人在不戒备的前提下，了解到产品

信息也传达了我们的意图。当然网络宣传的手段有很多，诸如一石二鸟法、公众关怀法、欲擒故纵等等。（三）强化商贸队伍建设，促进网络信息力向现实的市场生产力转化，也就是要真正地做成生意、开拓市场。（1）精心培养属于自己的“土专家”，在应用和实践中锻炼和培养人才。我们的“土专家”一方面能务实地应用各种网络技术来拓展商务，另一方面能和客商真正地进行实质性沟通。再通过“土专家”把这些技能扩散到业务部门，逐步形成一个团队。目前，集团的80%业务员都具备网络商务的应用技能。经常网上操作的有5人，队伍的战斗力的空前加强。有一点需要向各位汇报的是在我们集团内从事网络营销工作的同志没有一个是计算机专业的，许多同志在刚开始时有畏难情绪，但“土专家”的手把手传授，使大家很快的就进入角色，我们的经验表明网络营销作为一项实践性非常强的工作，只有实践、实践、再实践，才能融合到日常的商务工作中，变成你的得力助手。现在网络营销技能已经被我们列入了业务人员考核、聘用的常规项目。（2）网络营销团队的主要工作内容这支队伍的工作除了上面介绍的网络宣传外，重点还有这么两个方面：收集分析加工商贸信息。其渠道和网络宣传的渠道基本接近。涉及到国外的，主要通过外文的商业目录网站和按搜索引擎进行，一般情况下，一手的商贸信息在其发布后的半个工作日内我们都能收集到，到目前为止收集到的有价值的商贸信息已经无法统计了，至少有几万条吧。即时处理信息和函件。凡是主动发邮件到我们这里或者正常的往来邮件均在半个工作日内回复，有时候一天来往询价、订货确认的邮件达三四个来回。收集到的信息经过去伪存真，去粗存精

的操作后，也在第一时间内给对方消息，以保证尽可能多的获得商贸机会，真正地使信息力尽可能地转化为生产力。二、三载实践、硕果累累，我们成为网络经济较早一批的受益人，也为集团的信息化工作找到了一个比较适合切入点。

（一）节省了时间，节约了资金。我们在九七年曾经有一个统计，在上网前，月均国际传真和电话费为1.2万元，上网后的5个月内，月均为1500元，仅仅是上网前的零头都不到。根本原因就是将商务往来由电话和传真为主的方式转移到以WEB和电子邮件为主的方式了。平均每年可节约通讯费用10万元，不仅节约了开销还节约了时间，尤其是出差的次数减少了（当然这里面又省了不少钱），业务人员就有更多的时间和精力，对产品进行跟踪、对客户进行更为细化服务。三年来，粗略测算利用网络营销手段节约支出大约60多万元。

（二）做成了生意，拓展了市场，为集团提供了绵延不绝的市场源动力。1998年拓展的国际商务达80万美元，其销售费用还不到传统做法的十分之一。汽车配件产品还进入了以前一直不大注意和不敢涉足的南美及西欧市场。今年通过网络营销而做成的贸易达300万美元，三年来，累计完成网络营销业务860万美元。更多的贸易更多的客户也将贸易平台转移到网络平台上来，现在没有一笔对外贸易不是通过网络操作的（当然，并不是一个贸易的所有环节）。最为重要的是，每年都有相当多来自国际的商业机会，我们可以在第一时间内捕捉到，无疑为赢得竞争优势获得了宝贵的时间。由于网络的鲜活特性，我们的市场也能保持鲜活，贸易的活跃也就不足为奇了，今年，提前1个月完成全年的销售目标也就不足为奇了。

（三）网络营销不仅能做产品销售，还能“

顺手牵羊”做网上招商，将集团潜质的资源优势尽快地演化为经济优势。今年我们的制动蹄和刹车块等项目成功地进行了两次网上招商，经认真磋商，合资方已完成第一期30万美元投资，先后新办两家合资企业，使威特的汽配产品链向前得到了延伸。这个活动得到了有关方面的充分肯定，11月16日的《新华日报》头版上做了专门介绍。（四）网络营销还能给企业运营输入了大量新的理念。无穷无尽、边无限的网络信息，怎样变成现实的有用的参考，它有一个科学的流程，我们依据这个流程，定期在海量的网络信息中，筛选对企业运营直接有用的政策背景信息、产业环境信息、行业情报信息、产品技术信息以及管理理念信息等等，以合适的方式将信息进行收集筛选，分析加工，之后又将“成品信息”以纸质、电子方式分送给各专业的决策层、管理层和执行层，使大家时刻能看清现在所处的位置，业态的真实情况，现实地潜力等等，特别在虚拟企业理念和知识经济方面的学习和探索方面的收益是相当大的，不仅使我们以极低的投入获得好项目成长的机会，而且使我们能比一般企业快速地接触新的经营模式，为集团的理性扩大张和非常规制胜打下坚实的基础。（五）网络营销的网上网下的整合帮助我们集团拉动了内部信息化工程。真正考察一家企业的电子商务能力的是其内部的信息处理能力和资源协调能力。我们在网络应用初期，有过接到订货信息无法消化的尴尬事情，一开始总是简单的认为是市场适应性方面的问题，经过几年的实践才认识到是内部信息化的问题，内部信息化是一项刻不容缓的工作，现在我们已经开始着手运作，重点是物流的信息化，日前正在委托一家公司做内部信息化全景设计和局部试点

。三、网络营销，早动手早收益，完全可以实现双赢和多赢，这是我们三年来最深切的体会。（一）网络营销是一种投入少、见效快、效益大的营销手段，是中小企业最划算的投资。我们在九七年启动这项工作的时候，上网设备，网站建设等费用有4万多元。现在哪个单位运作，第一年投入大概万元左右就够了，也就是出几趟差的费用。每年的运营费用大约只需五、六千元。从我们以集团的情况看，其投入产出比是相当不错的，不仅降低了通讯费用，节省了差旅费用，还扩大了市场，增加了销售。市场工作是我们广大中小企业最重要也是最操心的工作，每年的精力投入和资金投入都是相当大的，相形之下，网络营销的投入小多了，而获得的回报却是相当大的。（二）网络营销使中小企业，尤其是小企业能在网上获得和大中型企业平等的起跑机会。往往由于它的后发优势，可以获得传统手段无法比拟的市场效应。我们集团的离合器面片及总成等产品。早些年在国内外市场虽然小有名气，但并不具有非常大的市场震撼力，自从实施网络营销工程之后，情况就大为改观。境外客商往往把我们当作是国内规模较大、供货能力最强的大企业，加上我们实际的质保水平和较强市场运筹能力，他们对我们的信任程度也越来越高。实际上，我们的产能在国内只能算中等水平。（三）网络营销是否能取得成功，取决于是不是能拥有一个自己培养出的团队。我们的实践证明，着力培养出一批“自己人”，是致胜的关键，这种培养根本上还是植根于业务部门，业务运作技能的培养方面。网络说到底是一个工具，不过是一个比以前若干手段更有效的工具。但它并不能替代现实商务运作，尤其是现在电子商务环境还不很成熟的情况下。所以

在人的要求上，以技能切入比较好一些，比如我们就要求业务员要会收发、保存和处理电子邮件，会上网搜集信息，对网络营销小组成员要求会有目的的宣传，要擅长对新的网络技术应用，如网上洽谈室、网络会议、在线反馈等等。（四）网络营销的持续有效运营，选择一家合格的网络信息服务商至关重要。我们选择了海啸信息服务有限公司作为我们的长期服务商。他们前不久曾经独立成功承办了‘2000中国盐城科技成果暨经贸洽谈会的网上直播工作，受到了市领导和有关经济主管部门的充分肯定，为本地企业的网络营销工作做了许多实事。现在我们盐城地区的网络服务商有不少，但大部分是技术型的或广告型的，实践认为一个真正能为中小企业服务的网络服务商至少要具备三个条件：一是对网络技术必须有充分的领悟和商业化的能力，二是要非常熟悉微观经济和企业的情况，能细心体察企业需求，三是在后续服务上，能提供符合企业真正需求的各类信息，在国内外相关网站上拥有宣传“据点”，与许多信息服务商有较好的合作关系。同时对企业有关人员能进行务实的培训，使企业人员在较短的时间内可以得心应手操作网络营销业务。“十五”期间我们集团的规划目标是经济总量达5亿元，利税8000万元，出口总额6000万美元。构建一个面向全球汽配市场的国内绝对领先专业化摩擦器材和制动器材的生产基地和出口基地。这些目标实现的基础就是企业信息化，从网络营销开始的信息化工程将使我们能迅速完成以外部网和内部网建设为主体的信息资源整合，始终保持旺盛的核心竞争力，遨游于国际市场。这一期间我们的主要工作一是提升网络营销水平，从采购到销售环节实现电子商务方式运作的跳跃；二是循

序实施内部业务流程重组，逐步构架一个轻便、快捷、效率的管理信息系统；三是在精心培植核心竞争力的基础上，以网络为手段，企业资源信息化为依托，将虚拟运营从试验阶段推进到大面积应用阶段，把威特集团真正建设成为国际知名国内一流的汽车配件信息流中心和物流中心。当然，上面谈到的只是集团网络营销工作的几个层面，业内许多单位在这几年的探索与成果是值得我们认真学习和效仿的。我们深知，现在全球化经济的热潮留给纯粹传统经济模式企业的发展机会已经不多了，企业信息化是新世纪企业的必由之路，更是生存之本，实践证明网络营销是信息化工作的最好切入点。我们将一如既往的进行新经济的实践活动，为现代网络经济的发展做不懈努力！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