

电子商务推广：交叉网络营销 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_250251.htm 交叉营销一词最近比较频繁地出现在与互联网站有关的新闻中，让我们看到了交叉营销尤其是交叉网络营销在的大型企业中的广泛应用，也让我觉得有必要对于交叉网络营销进行系统的描述。交叉营销的应用 2001年9月份，微软的MSN.com门户网站和迪士尼公司的ESPN.com体育网站签订交叉营销协议

(<http://tech.sina.com.cn/i/w/20010908/83867.shtml>)，这一协议的主要内容为，MSN的免费邮件Hotmail、搜索引擎、聊天和购物等各种网络服务的品牌和链接将出现在ESPN主页的上端，MSN在体育频道中独家使用ESPN的内容，并在其网页上提供优先的位置，以此来达到互为推广的目的。同样在9月份，IBM和eBay也达成合作了一项合作协议：IBM计划通过eBay扩大自己的销售，eBay将成为IBM向用户及中小型企业进行销售的另一个新渠道，而在线零售商eBay将在自己的网站首页为IBM网站做一个88×31像素的LOGO链接，另外eBay也将选用IBM的应用平台来升级自己的技术。双方合作的基础在于eBay拥有3400万注册用户，随时提供达600多万种产品和服务，具有数额巨大的在线交易量，而且eBay上70%的用户都是IBM的新用户。此外，在新浪网和阳光文化的并购所发布的新闻中，也强调方未来的整合重点是交叉营销、交叉销售、内容交叉使用、为广告客户提供一站式服务。交叉营销的实质从上述例子可以看出，交叉营销已经成为企业开展合作的一项重要内容，甚至是并购得以发生的基础。交叉营销

也并非仅仅适用于大型企业，只要具备一定的条件，各种规模的企业都可以在一定范围内开展交叉营销。为了全面了解交叉营销的价值和操作方法，需要首先了解交叉营销的实质。与交叉营销密切相关的一个概念是“交叉销售”，交叉销售（Crossselling）通常是发现一位现有顾客的多种需求，并通过满足其需求而实现销售多种相关的服务或产品的营销方式。促成交叉销售的各种策略和方法即“交叉营销”。交叉销售在传统的银行业和保险业等领域的作用最为明显，因为消费者在购买这些产品或服务时必须提交真实的个人资料，这些数据一方面可以用来进一步分析顾客的需求（CRM中的数据挖掘就是典型的应用之一），作为市场调研的基础，从而为顾客提供更多更好的服务，另一方面也可以在保护用户个人隐私的前提下将这些用户资源与其他具有互补型企业互为开展营销。可见，交叉营销的实质是在拥有一定营销资源的情况下向自己的顾客或者合作伙伴的顾客进行的一种推广手段，这种营销方法最大的特点是充分利用现有资源，在两个具有相关用户需求特点的企业间开展交叉营销，能使各自的潜在用户数量明显增加而不需要额外的营销费用，同时，以交叉营销为基础建立起良好的合作关系对两个（或多个）企业间的发展具有更多的战略意义。交叉网络营销所谓交叉网络营销，是指交叉营销思想在网络营销中的应用。由于网络营销的天然优势，开展交叉营销具有更大的发展空间，因为网站本身就是一个有效的营销工具，网站的注册用户资料也是非常有价值的营销资源。两个公司/网站之间开展交叉营销可以有多种形式，通常以不同层次的网站合作为前提，比如网站交换广告、交换链接、内容共享、利用各自注册用

户资料互为推广等等。在网络公司中，通常都有一个BD（Business Development）部门，也足见网络公司对于合作推广的重视，但由于网络公司的特殊性，在盈利无期、融资无望的情况下，往往没有正确发挥BD的价值，而常常以合作的名义试图向合作伙伴销售自己的产品/服务，甚至寻找自身被收购的机会，因此很多网络公司并没有充分利用以合作为基础的交叉网络营销。开展交叉网络营销的前提是拥有一定的营销资源，通常情况下，这些营销资源可以表现为一定的网站访问量、注册用户资料、某些专业的和具有独特价值的内容资源等，此外，一些免费服务如免费邮箱、论坛、E - book等也可以用作交叉网络营销资源。许多小型网站往往因为缺乏足够的营销预算，不可能依靠大量的广告推广，更应该充分利用交叉网络营销手段。不过，令一些小型网站或者新网站头痛的是，自身没有太多的现成资源可以利用，使得交叉网络营销受到一定的限制，甚至认为这种方法不适合自己的，其实在这种情况下可以首先利用合作伙伴的资源来进行推广，比如针对合作伙伴的用户特点，制作一本内容有价值的电子书提供给合作伙伴供用户下载或者通过邮件列表发送，在这些特制的电子书中应包含自己网站的推广信息，或者请合作伙伴特意给予推广。当然，选择合作伙伴需要一定的努力，首先两个网站之间要有相似或互补的用户需求特征而不是直接的竞争者，同时还需要对潜在合作伙伴的用户资源有一定的了解。交叉网络营销不仅是一种营销方法，更重要的是一种营销哲学，即充分利用一切可能的资源来开展营销，这些资源包括自己现有的、可以开发或正在开发的，也包括合作伙伴的，而且可以在很大合作范围内与合作伙伴开展交叉营

销，从最简单的交换链接、用户资源共享，直到战略联盟甚至资本合作。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