

电子商务网站策划:如何建立营销性企业网站 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_250358.htm 本文将按照站点建立的一般过程，向您介绍建立营销性企业网站的各种技巧、注意事项。首先得向您阐明一个概念，即这里所说的“营销性企业网站”并不是一定要在网站中卖什么物品，您在前面可能也看到过，我们所说的“营销”是指一切为企业营销服务的利用网络、网站进行的各种宣传、展示及营销措施，因此，“营销性企业网站”就是以增加销售、提高服务质量、搞好客户关系等等为目的的网站建设。下面，向您介绍网站建设过程中的各种技巧。

网站定位技巧 定位您的网站，首先要明确定位营销网站的诉求风格，一般来说，网站在诉求风格上有理性诉求和感性诉求及综合型三种，任何营销性的网站都面临这样一个选择：你应该将“诉求”和沟通策略建立在一种由不容置疑的证据所支持的主张上呢，还是应该建立一种被顾客“感觉”良好的情感诉求呢？一般来说，理性诉求强调理论及逻辑性，以事实为基础，以介绍性文字为主；感性诉求则强调直觉，以价值为基础，以形象塑造为主。强调理性诉求的网站以事实为依据，以产品或技术为核心，通过产品或技术，突出企业特点，进行营销活动，着力点在产品或技术的视觉冲击力和吸引力。这种类型的网站往往在对产品或技术方面不惜笔墨，以理性诉求确立其营销地位，力求在顾客心中营造一种技术领先的氛围，从而产生对企业的信任感。显然，这类站点在设计方面相对要求不高，但一定要在技术、产品的宣传、展示以及应用和对实际的具体作用等

方面下力气渲染，并在风格上一定要保持一致，最好与企业的C I形象一致，以保持企业在消费者网上、网下形象的连续形象，从而树立巩固的地位。强调感性诉求的网站多以树立企业形象为主，以服务为导向。这里的服务有两方面含义，一是本身企业提供的就是服务，如服务行业；二是企业的售前、售后服务。通过服务提升企业在客户心中的地位，从而促进营销，这一类型则一定要注重网站的风格设计和创意，以感性诉求为主，着意渲染或营造一种特有的企业氛围，着意体现一种网站或产品及服务的价值感，决不能平铺直叙，更不能只是将传统的服务搬到网上来，我看目前绝大多数网站就是这样，我们提供什么什么服务，欢迎与我们联系，等等，试想，互联网只是一个虚拟的环境，您没有给浏览者营造一种可信的氛围，人家凭什么相信你的服务呢？现实中企业的信誉在网上一样有效。你可能找不出自己真正具有实力的地方，不要紧，我们可以通过网站建设，回过头来审视一下自己的公司、企业，重新为企业塑造一个新的形象定位，并在以后的运营中下力气加强建设，从而在行业中独树一帜，力求在顾客心中营造一种崭新的形象，并产生信任感。请您仔细考虑一下：互联网上成百上千的同行业网站，顾客为什么购买或使用你的产品或服务，而没有选择竞争者的产品或服务？市场经济是竞争性的。你必须为人们选择你的品牌而不是他人的品牌创造理由。因此，一方面，要加强特殊氛围的营造，在感性诉求上下功夫，消除企业与顾客在时间与空间上的距离，建立客户忠诚度，增加客户价值，通过拓展、建立、保持并强化客户关系使自身效益最大化；另一方面，好好设计你的网站，独特的设计能够营造一种独特的企

业文化互联网企业文化，也许这与传统营销风格不符，不要紧，不要太过于依赖传统营销！综合类型也比较常见，就是将上面而二者结合起来，因为对于同一种产品，不同的人可能基于不同的决定有时产品本身的特性可以决定你是理性的还是感性的。因此，在网站的气氛营造上就要注意分辨：如果某一方面不能充分说明产品或服务的特性，就要将二者结合起来，在不同的部分分别进行理性和感性的诉求，借以打动不同类型的顾客，既以大量的事实突出企业的技术优势，又营造一种感性的氛围，强调产品或服务给人带来的价值，通过二者的结合，共同营造企业独特的氛围。一般来说，以感性为主的网站多为生产类型的企业，而感性诉求为主的网站多为服务类型的企业，当然这种分类方法并不是绝对的，有时，作为生产型的企业，其网站可能是服务型的，也有可能是综合型的，也有可能一个网站在不同时期选择不同类型的网站，在诉求风格上也就不一样。但不管是什么类型，还是那句话，一切为营销服务，这样，网站才能发挥其真正的价值。明确网站的诉求风格将直接影响着后面资料准备的侧重点，将网站定位成一种类型，那么在网站资料的筹备中就要在某方面下力气，如何准备资料，请继续阅读。请慎重为您的网站准备资料，这是网站建立过程中一项非常重要的工作。我们已经了解了网站的诉求风格，随之，您要了解的是建立网站的目的：建立一个行之有效的营销性的网站决不能马马虎虎，草率行事，随便准备点资料，找一些象征性的图片，一揽子塞给专业公司，过个不长时间网站就OK了，这是绝对的错误！也许您得知同行企业已纷纷建网，并取得了一定的收效；也许您是被网络公司业务员的再三的劝告，才准备投

资建立网站，提醒您注意，必须在一开始就明确：您能够利用网站做什么？通过网站，您能够为访问者或顾客提供什么，或者说你给消费者带来了什么利益？然后在问问自己能够从中获得什么利益？这里，提醒您注意的一点是，文字资料最好找专人负责整理，最好是熟悉市场营销并有一定文字组织能力的人，他们能够站在企业、市场和消费者的多角度考虑文字的组织方式。我的工作体会是企业提供资料时常常是基于企业宣传手册、彩页、各种报告、技术资料，我想说的是，这些资料往往技术性太强或一味地站在企业角度：我有多么悠久的历史、技术先进、荣誉称号，但缺乏站在客户角度考虑问题。当然，这些都是很好的资料，但建议您最好找专人整理一下。下面将网站具有共性的功能展示给大家，您可以根据需要，选择适合自己的方式组织资料。

1、发布信息

组建企业营销网站，可以把企业信息和产品信息推到网上，以获取更多的贸易机会和市场竞争能力，这是企业走近电子商务的第一步。您在筹集资料及以后的维护中要注意，这是一个增加企业营销渠道的方式。您可以利用Internet最省钱、最有效地向外界提供企业的相关信息，以服务顾客。通过Internet，及时提供企业的最新消息，如新产品开发、股票价格、经营情形等。您还可以将Internet作为销售辅助工具，随时随地给处于第一线的销售人员提供各种即时性的企业信息，以支援销售活动并与销售人员随时保持沟通联系，降低市场失误，避免市场损失。另外，在收集企业信息时要确定您的目标访问者，要清楚别人访问您的站点的理由，也就是要考虑这些目标访问者的需求问题，只有有针对性地提供网站信息内容，才能更好地吸引访问者。如果访问者关心售后

服务甚于产品价格时，网站上就应该更多强调售后服务的内容。

2、树立企业形象，展示或提高企业的竞争力

Internet最初层面的作用就是展示企业形象，就象利用各种传统媒体发布的企业形象宣传广告，所不同的是费用低廉、有效时间长、速度快、更新便捷，仔细考虑您的竞争优势在哪里，如企业是否获得过什么奖励、产品的突出优点、客户服务的优势等等，认真对待这项工作，多准备一些相关的资料，并且要了解为什么访问者会到您的站点来而不是去您的竞争者的站点，此时，应该对竞争者的站点进行比较细致的分析，看看他们都提供了一些什么样的内容，针对的访问对象和我们有什么不同等等，通过这样的分析，就能更加清楚自己的优点和不足，从而做到扬长避短。实际上，对竞争者站点的分析应该贯穿整个企业站点的建设过程之中，通过全面的分析从而吸取他们的优点，避免他们的短处。因此，仅考虑“我的品牌与竞争者的差异”已不再足够，还必须问一问自己：“我的网站与竞争者有那些差异？”努力收集本企业的相关资料，将之投放到互联网，于无形中塑造企业形象，提高企业知名度，一定能为您赢得更多的客户和潜在客户。

3、加强客户服务

客户服务的重要性已经为众多企业认识到，目前市场竞争的激烈性导致产品的差异迅速缩小，既而售前、售后服务的个性化日益突出，各大企业都在着力加强这方面的宣传力度，网站是一个交互性极强、反应迅速的媒体，通过网站搜集消费者的信息及反馈，有助于加强客户服务的质量，从而为企业赢得更多的客户，创造更多的效益。如果您的企业侧重服务，或许，您应该根据自己企业的特点为自己的服务定义一种网络营销风格，并在网站建设中努力营造这种

风格，而且，如果您确实能够做到保障客户的利益，好好整理一下这方面的资料，将各种措施展示出来，它会给顾客在互联网这个虚拟的空间留下一个好印象。

4、展示产品或技术优势 在目前竞争激烈的市场中，除非一个大型公司具有技术垄断或产品生产优势，一般的中、小型公司可能很难挖掘这方面的优势，不要紧，互联网最大的特点就是她的开放性和跨地域性，开放性决定了互联网信息的共享，这一特点为中小企业赢得了与大企业相抗衡的可能性：通过互联网的信息资源共享，中小企业可以获得对现代企业至关重要而又以常规方式无力收集的市场信息；跨地域性使企业营销突破了传统市场的地域限制，企业的发展方向和市场规模，因此，“互联网使中小企业得以与大企业在同一起跑线上竞技”。

5、推销新产品 Internet是与顾客沟通的重要工具，同时也是推销新产品的重要渠道。通过Internet可以从各方面介绍被推销的新产品。测试新产品市场反应，并得到即时的反馈。在商业活动中一张照片可以胜过千言万语，可以通过提供企业照片、声音及图片档案等多媒体信息来服务顾客。

6、提高工作效率 互联网最大的优势就是可以一天24小时为您和您的客户服务，我们在工作过程中，经常会遇到客户提出的各种问题，而其中，有很多是重复的，因此，您可以将客户最常关心的问题在网站上汇总，并给出答案，也就是我们常说的F A Q，而不必再为重复答复这些问题而苦恼，从而使您的工作更具效率。

7、增进与客户的沟通 客户对公司产品的意见，对公司的建议，您可以即时得到并迅速反应，然后通过网站再反馈给客户。这是公司与客户交流的桥梁。准备一些日常需要客户填写信息的表格，将它变成电子表格

并发布到网上，并通过一些列促销活动，收集大量客户信息，组建自己的潜在客户信息库，并在网上或网下追踪，一定会挖掘出许多新客户。

8、为消费者服务“先付出，再索取”，这是网络行销的一个很实用的方法，面对不计其数的企业网站，如果你不为消费者提供任何利益，消费者是不会想到你的。这就是为什么我在本文开始强调“为顾客带来什么利益”的原因，准备一切有利于消费者的资料，筹划各种有利于消费者的活动，通过网站进行宣传，同时配合网下运作，比如：可以在网站发布后配合网下举行促销活动，或为注册用户提供礼品，总之，记住，多为你的客户或消费者提供好处。

9、刺激需求 什么是“刺激需求”？简单地说就是面对社会财富极大丰富的当今社会，存在着庞大的潜在需求，但顾客往往意识不到自己的需求是什么，而是在对各种商品信息的浏览过程中，潜在需求被以某种形式激发，再形成消费。现代广告及市场营销的一大课题也是如何激发、释放这种潜在需求。在网站营销方面，我们一样可以利用网络的优势，其中的关键是在相关信息资源的资料方面多下功夫，给浏览者一个增进各方面相关知识的空间，并合理地将产品信息结合在其它信息之中，从而巧妙地刺激浏览者的潜在需求。

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