

综合辅导:企业如何进行网络营销 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/272/2021\\_2022\\_\\_E7\\_BB\\_BC\\_E5\\_90\\_88\\_E8\\_BE\\_85\\_E5\\_c40\\_272926.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/272/2021_2022__E7_BB_BC_E5_90_88_E8_BE_85_E5_c40_272926.htm) 摘要：企业网络营销开展到一定程度，随着网络营销环境和企业内部环境的变化，网络营销开展已经不在是简单的比如发发信息，做一做搜索引擎广告，已经到了站在企业发展的层面来综合考虑和规划企业的网络营销工作的时候了，也就是我们今天要进行交流的网络营销的系统化工作，即整合网络营销。整合网络营销就是网络营销工作的系统、体系化，整合网络营销的目标是为企业创造网络品牌价值，为实现企业整体经营目标而服务。案例：这个企业成立于1981年，是福建晋江的一家五金产品企业，该公司成立24年来从来没有参加过展销会，2000年前的十年是利用各种关系做业务，2000年后，有原来的关系客户维持发展，公司开始摸索利用网络进行宣传公司，发信息是最主要的手段，到今天仍然是这家公司的主要网络营销手段，同时也购买过搜索引擎的关键词广告。今天的网络环境和几年前的是有区别的，今天网络信息量是海量，今天的网络上的竞争对手是以前的上千倍，另一方面网络营销的方法和工具也是琳琅满目，企业的网络营销的目标也已经有所提高。这家公司目前面临的问题就是，企业上了新产品想通过网络去推广，去打开市场，然而很难，这个企业04年底加入了阿里的诚信通，很勤奋的发布信息，搜集信息反复的发送。但是，企业明显觉得网络营销不好做了，相对以前效果也不明显了，企业应用网络开展了多年业务，而在今天却找不到更好的方法了。我们通过这个企业的一个例子说明了

什么？企业网络营销开展到一定程度，随着网络营销环境和企业内部环境的变化，网络营销开展已经不在是简单的比如发发信息，做一做搜索引擎广告，已经到了站在企业发展的层面来综合考虑和规划企业的网络营销工作的时候了，也就是我们今天要进行交流的网络营销的系统化工作，即整合网络营销。在我们交流整合网络营销前，我们大家一起来认识两个概念：整合营销和网络营销

### 1、整合营销：整合营销理论

创始人之一、美国学者舒尔茨对整合营销下的定义：整合营销就是一种适合于所有企业中信息传播及内部沟通的管理体制，而这种传播与沟通就是尽可能与其潜在的客户和其他一些公共群体（如雇员、立法者、媒体和金融团体）保持一种良好的、积极的关系。”即整合营销既是一种营销手段、理念和营销模式，更是一种沟通手段和管理体制。对外具有整合各种信息综合传播企业信息和功能的功能，对内则有通过各种沟通渠道和方式实现有效管理的作用。因此，在整合营销被广泛应用于企业的营销的基础上，舒尔茨又重点强调企业内部管理信息的整合和对外传播信息及渠道的整合，并认为这才是整合营销战略的发展趋势和基本的发展方向。那么我们进一步理解这个概念，整合营销提出是以4C为理论基础的，4C倡导的是以顾客为中心，客户需求至上，实行企业与顾客之间的双向沟通。整合营销既然是以顾客需求为中心那么企业整合营销战略应该是以由外而内的，以整合企业内外部所有资源为手段，以消费者为核心而重组企业的管理行为和市场行为。整合营销要求企业不再是固守单一营销手段而需要多种营销手段和渠道的综合运用，坚持“一个观点，一种声音”的原则，更要求的是与消费者及客户建立持久良好

的关系，尤其是建立顾客品牌关系；同时要求企业每一位员工都参与到营销传播中来，并致力于价值链的建设，要求提高传播的效率，必须将传播信息转化为具体概念、影响和声音。只有以整合营销为基础重整企业的营销和整体管理战略，才能使企业每个部门的每个成员和每个职能都负起沟通的责任，使企业发出的所有信息都起到加强企业形象的作用，并最终实现塑造独特的企业形象，创造最大的品牌价值这一整合营销的终极目标。

2、网络营销的实践应该从1993年1994年就已经开始，最早的营销雏形应该是EMAIL营销的应用，网络广告的诞生。目前我们的网络营销的研究远远滞后于网络营销的实践工作，传统营销将营销和销售是作为不同级别的概念来进行研究和传播的，而作为中国的网络营销实践工作的是众多的中小企业，网络营销和网络销售（贸易）是一种比较密切的关系，企业在实践过程中不但是需要利用网络进行的信息传播，同时需要的是通过网络进行贸易洽谈，而这种信息传播和贸易洽谈的工作往往不存在很明显的区分，我们在研究网络营销的营销工作的时候，我们存在一个严重问题就是忽略了网络贸易的问题，谈网络营销不谈网络贸易，谈网络贸易不谈营销，网络营销是什么，网络营销我们这里借用冯英健的定义：“网络营销是企业整体营销战略的一个组成部分，是为实现企业总体经营目标所进行的，以互联网为基本手段营造网上经营环境的各种活动。”冯英健对网络营销的研究是基于网络营销的职能、网络营销信息传递的原理、这个定义的核心是经营网上环境，这个环境我觉得这里可以理解为整合营销所提出的一个创造品牌价值的过程，各种有效的网络营销手段综合运用为实现企业总体经营目标

而做出贡献。通过上面一个例子以及对整合营销和网络营销的理解，那么我们说整合网络营销的核心是什么？什么才能称为整合网络营销。总结为一句话：整合网络营销就是网络营销工作的系统、体系化，整合网络营销的目标是为企业创造网络品牌价值，为实现企业整体经营目标而服务。那么怎么来理解这个体系化，我们从以下方面来认识：。第一：网络营销是企业整体营销战略的一个组成部分谈企业营销战略，可能很多人都觉得太虚了，因为战略的概念满天飞，好象中小企业谈战略是纸上谈兵，说真的也的确是这样，中小企业谈的是吃饭、谈的是生存、谈的是快速发展，谈的是销售指标，谈的是生产进度，谈的是质量管理，谈营销的好象都比较少，更不用说从战略的高度来谈营销。那么我们在讨论企业整合网络营销的时候，我们就可以谈战略，呵呵，这个战略的核心就是企业的经营目标，比如你今年要完成销售1500万，比如你今年对企业品牌的经营目标，并为这个目标而制定的计划和为这个计划而选择和制定的策略。任何企业都有自己的经营目标，即便这个企业没有一套成型的营销计划但是也有自己的一套实施计划，而网络营销就是在为这个目标和实现这个计划而存在的，所以，网络营销不是孤立存在的，是在企业经营目标实现过程中经营体系的一个部分。第二：网络营销的方式是多样化的。网络营销目前通过实践应用的方法就有超过近100种，而这么多的网络营销方法并不是适合任何一个行业、任何一个企业的任何一个阶段的营销方法，需要企业在多样化的营销方法中挖掘最优的组合来综合运用。第三：企业不同发展阶段的网络营销需求是变化的。企业发展是随着企业的规模和经营方向而变化的，企业

的经营目标也是动态的，同时网络营销方法是随着时代的发展，实践的发展而发展的，那么企业在不同的经营时期对网络营销目标和网络营销方法的选择是变化的。第四：网络营销环境是动态的，需要随时而变。网络营销环境包括内部环境和外部环境，企业网络营销策略随着外部环境或内部环境的变化而需要调整，最简单的例子就是阿里巴巴平台在推出关键此竞价的时候，一些企业随着这个外部的营销环境的变化，及时调整本企业的网络营销策略，一举成名，取得良好的营销效果，实现了企业的经营目标。第五：网络营销的效果是多种形式表现。网络营销并不单指的网站推广，也并不但是一个网上销售，所以，网络营销工作所带来的效果也是多种表现，比如对客户服务的支持、对线下产品销售的促进、对公司品牌拓展的帮助等等。由于以上网络营销的种种变化的因素存在，也就导致了企业在应用网络营销的时候需要统筹计划，将网络营销工作系统化，而非单一方法的应用和机械方法的组合。几种对整合网络营销谬解：第一、整合网络营销就是各种网络营销手段的组合。搜索引擎我做几个关键词；我加入几个贸易平台发布信息；我去买邮箱地址群发邮件。我们需要明确这种纯粹的营销手段组合不是整合营销。第二、整合网络营销就是企业“网络营销整体解决方案”、“电子商务整体解决方案”。我们对目前一些网络服务机构所提出的企业整体解决方案和标榜的整合网络营销概念做了分析后发现，这些解决方案本身并不是以整合网络营销的核心为指导思想，仍旧停留在组合的层面。第三、整合网络营销就是传统营销和网络营销的整合，在前段时间国内也有一些机构组织过一些整合网络营销或网络整合营销的研讨，

一些人士提出的概念偏于将传统营销和网络营销结合起来解释整合网络营销，在一定程度上，结合企业实践这种思想还是具有一定的意义，但是，从严谨的角度来说，整合网络营销并不仅仅是传统营销和网络营销的组合。企业如何实施整合网络营销：第一、认识清楚几个整合

- 1、 网络营销和企业整体经营目标的整合，也就是网络营销和传统营销计划的整合。
- 2、 企业资源的内部整合，网络营销工作不是独立的个人行为，是企业级的营销行为，需要公司内部各种资源的配合服务。
- 3、 企业外部资源的整合，网络营销不但是网上推广的事情和网上营销的事情，还包括在外部环境发生变化的时候的应急处理，比如网络危机的处理，需要企业整合外部资源制定相应的网络营销应对策略。
- 4、 网络营销方法的整合，纵有方法上百，终需要企业根据企业实际目标需求来进行综合选择和综合运用。
- 5、 评价手段的整合，网络营销产生的效果并非只有线上可以评价，比如网站点击等，还需要有线下的各种评价手段进行评价。

第二、为自己的企业制定整合网络营销计划

- 1、 以客户目标需求为核心确立网络营销目标
- 2、 制定为实现这个目标而做的计划
- 3、 为你的计划选择网络营销方法做出决策
- 4、 对营销的实施实行全程监控
- 5、 为你的营销过程制作详尽的信息统计表（数据库）
- 6、 为你的营销进行评价和回馈
- 7、 别忘记网络营销的整合之一是和传统营销的整合，所以两者不要脱节过完全断裂

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)