

电子商务网络营销：从营销角度审视因特网 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/291/2021\\_2022\\_\\_E7\\_94\\_B5\\_E5\\_AD\\_90\\_E5\\_95\\_86\\_E5\\_c67\\_291785.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/291/2021_2022__E7_94_B5_E5_AD_90_E5_95_86_E5_c67_291785.htm)

营销的定义是指为创造个人与组织的交易活动，所计划与执行的创意、产品、服务观念、推广、渠道等过程。由这个角度看，互联网络实际上具备许多营销的特质：1.互联网络无处不在，有较强的广泛性，可以联络全世界的人群，且无时间地域限制，正可发挥营销人员的才能，利于企业开展跨国经营。2.互联网络可以展示商品型录、联结资料库并提供有关商品信息的查询，其信息承载量远远大于电视、报纸等其他媒体，且可以根据市场情况及时变化，便于客户了解企业动态。3.可以和顾客做互动双向沟通、可以收集市场情报、可以进行产品测试与消费者满意调查等，能对客户的要求和建议及时做出积极的反馈，便于把握市场的真正需求。4.互联网络上的促销是一对一的、理性的、消费者主导的、非强迫性的、循序渐进式的，而且是一种低成本与人性化的促销，因此符合服务化、友情化营销的发展趋势。5.网络的商业应用极大的降低了企业成本（包括通讯成本、调研成本、市场拓展成本等），具有经济性的特点。6.受众准确，网络可以使企业的宣传只面向自己的潜在客户群，而不需要服务对自己产品漠不关心的人。7.互联网络使用者数量快速成长并遍及全球，使用者多属年轻、中产阶级、高教育水准，因此是一项极具开发潜力的市场渠道。互联网络是一种利用通讯线路，将全球电脑纳入国际联网的信息传送系统，必将是未来市场营销最重要的渠道。其作为一种新兴的营销渠道，它并非一定要取代传统

的渠道，而是经由信息科技发展，来创新与重组营销渠道。但不可否认的是，网络营销必然会影响和冲击传统营销，因此企业界应切实的学习和把握其商业功能，为自己服务。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)