

网站交互性影响网上营销不同的深入层次 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/33/2021_2022__E7_BD_91_E7_AB_99_E4_BA_A4_E4_c28_33578.htm

企业网站的交互性可以分为三个层次：1、信息发布层次。在网页上提供关于企业及其产品特性的一般信息，让用户可以访问站点、浏览信息。交互性体现在企业提供了信息，而顾客通过主动输入域名、搜索或点击看到了企业网站并浏览其页面信息，这是互联网最初级的交互性。2、培养兴趣层次。网页内容与形式设计尽量考虑潜在客户的特征与需求，提供与企业行业、产品相关的各种信息，使潜在顾客访问页面后，可以通过点击按钮、搜索信息和发现兴趣点，培养起对产品、公司、服务的进一步兴趣。这一层次的交互性体现在企业向顾客提供相关信息，满足顾客的兴趣需求，以吸引顾客、刺激需求；顾客通过必要的参考信息的支持，更充分地认识企业产品并确认自己的需求。3、建立关系层次。企业网站运用各种Web交互性技术，使网站访问者可以通过数据库搜索、发送邮件、网上交谈、订购、实时付款、货物派送等方式，与企业建立起有效的商品交易的信息流与物流关系。不同交互层次的技术与营销效果交互层次的不同，技术上就有层次差异。信息发布层次的交互，要求有基本的网页制作技术和网站宣传手段；培养兴趣层次，要求在网站建设中有效地结合市场调查与网站经营效果分析技术，合理设计网站内容；建立关系层次，不仅要求利用数据库，电子邮件与BBS、网上实时付款等技术，还要求网站的经营机制制度化。交互层次不同，营销效果也不同。从信息沟通上看，网上营销可以给企业带来四

个方面收益，即直接、高速、低成本和信息充分，而网站交互层次不同，这些收益大小也就不同。例如：在信息发布层次，网站提供的内容有范围限制，交互性不足，效果也受到局限，比如有利于顾客作出决策的信息就可能不足；而在建立关系层次，企业就可以快速响应顾客的问题，提供较充分的信息，强化企业形象。从实现销售的角度来看，低层次的交互功能只能提供信息上的方便，没有充分减少传统销售方式的整体成本，比如顾客通过网站信息刺激产生购买欲望后，可能会由于要通过汇款或亲自到店铺去的精神成本或时间成本而放弃了这次购买，对于这个企业来说，这个需求被阻碍或被遗失了；而高层次的交互可以立即将顾客的需求转化为购买行为，减少了顾客需求遗失，促进了营销的实现。如何选择交互性层次 在交互性层次与企业网上营销的关系上，企业应该有几点认识：1、由于运用互联网交互技术的层次和网站提供内容与形式上的差异，网站的交互性有不同的层次，不同层次的交互对于企业的产品营销有不同的作用与效果；2、不同层次的交互性需要企业在网站建设上进行不同程度的投入；3、同一层次的交互性，由于企业所属行业特性、企业的产品特性和企业的目标市场的不同，其营销效果会有很大的差异。国内现有很多上网的企业没有认识到不同交互层次的网上营销对于企业或产品在作用上有差异，建立了网站后效果并不明显，投入没有得到预期的回报。其中，有的网站建立的层次过低，对于其产品的营销根本不会有大的影响；有的网站对于交互性所要求的人员、制度保障和资金投入没有正确的估计，也没有正式的计划 and 预算，结果不能正常的运行；有的网站对于相同层次 即使是较低层次

上的交互性技术也利用不足，没有达到应有的效果；更多的企业在建立网站时，对于网络特性理解不足，没有对企业建立网站所应达到的交互层次进行必要的研究和咨询，没有完整的营销方案和计划，因此也就没有对未来企业网上营销交互性层次的走向制定较为合理的步骤和时间表，未能有效地利用互联网的交互特性。 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