

传统企业如何做好网络营销 PDF转换可能丢失图片或格式，
建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/472/2021_2022__E4_BC_A0_E7_BB_9F_E4_BC_81_E4_c67_472661.htm 从美国前总统克林顿1993年提出建设“全美信息高速公路”到现在的十年里，互联网在全球范围内得到了巨大的发展，在许多领域内对各行各业造成了深刻的影响，甚至是发生了翻天覆地的变化，被喻为第三次工业革命。互联网不再是军事领域和高科技领域的研究物，而成为人们生产生活中的基础工具。面对第三次工业革命的到来，许多传统企业纷纷响应，他们意识到网络是企业生存和发展的必争阵地。将互联网和新观念、新科技引入到企业的经营活动中来，是许多传统企业的现实需求。对于大型企业而言，有实力和资本自主开展网络营销研究和实践，更多的中小型企业虽然同样迫切需要通过互联网开展企业营销活动，但由于自身认识和精力有限而无法自主有效开展，于是选择专业的网络公司为其服务，希望能快速跨入互联网世界，与时代接轨。如今，许多企业建设了自己的网站，把产品搬到了互联网上。然而经过一段时间却发现收效甚微，没有出现想象中订单纷至沓来的“美好景象”，究其原因主要有主观和客观两个方面：首先是主观上对网络营销的认识不足，做了网站不等于万事大吉，而仅仅是网络营销的开始；其次在客观上目前国内网络营销服务水平参差不齐，许多网络公司自身还存在业务水平上的缺陷，因而不能提供有针对性的、高效的网络营销服务。认清网络营销网络营销是企业整体营销战略的一个组成部分，是建立在互联网基础之上、借助于互联网特性来实现一定营销目标的一种营

销手段。许多企业对于网络营销认识上存在以下一些误区：

一、网站推广不等于网络营销：网站推广是网络营销中的一项重要内容，但网站推广并不等于网络营销，它只是网络营销的基础性内容而已。当前，许多网络应用服务企业大举网络营销的旗帜，而推行的服务却仅仅是一些网站推广的服务，这给传统企业造成了网站推广就是网络营销的误解，这对于企业科学开展网络营销活动产生了诸多不利的影响。首先造成企业缺乏对网络营销的全面认识，不能科学制定网络营销目标与计划；其次单纯的网站推广其效果大打折扣，企业往往发现访问量上去了、搜索引擎都登录了却也不过如此，没有带来多少客户和订单，这是因为相关配套的网络营销措施与举动不到位造成的，就像企业针对地方市场投放大量电视广告，却在商场和街头难觅企业和产品身影。所以我们在开展网络营销的时候，首先要认识到网站推广不等于网络营销，要制定包括网站推广在内系统、周密的网络营销计划，才能切实看到效果。

二、网络营销不是孤立存在的：许多企业开展网络营销的随意性很大，往往是根据网络公司的建议方案，说做就做了，而网络营销方案中的活动内容几乎没企业营销部门什么事，网络营销成了网络公司的表演秀。事实上，网络营销应纳入企业整体营销战略规划。网络营销活动不能脱离一般营销环境而独立存在，网络营销理论是传统营销理论在互联网环境中的应用和发展。

三、电子商务与网络营销有共同点，但互不包含：许多企业往往将电子商务同网络营销等同起来，或者认为电子商务包含网络营销，或者网络营销包含了电子商务，事实上，电子商务同网络营销有共同点，但更多的是不同点，两者是互不包含的。电子商务是

利用Internet进行的各种商务活动的总和，与之相关的是必须解决法律、安全、技术、认证、支付和配送等多方面的问题。网络营销的一个重要职能是进行网上产品分销，主要包括建立网上产品展示平台、建立网上产品分销渠道等工作。网络营销同电子商务的共同点在于围绕企业和产品进行宣传、展示和销售促进，但网络营销主要是从市场营销的角度利用互联网展开的系列活动，而电子商务则着重在于通过互联网，企业产品零售或分销的整个流程的实现。两者的主要分界线就在于是否有交易行为的发生。四、网络营销不是万能的：网络营销是现代企业的重要营销手段，但就目前而言，网络营销还不能完全代替企业的现有营销形式，网络营销还必须结合企业整体营销战略规划，同各种营销形式协同作战，才能更好地发挥作用。网络营销不是万能的。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