

传统企业网络营销的几个要点 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_472662.htm

一、企业网站推广：网站是企业开展网络营销的前沿阵地。传统企业开展网络营销的前提是建设一个属于自己的企业网站。虽然有很多商务平台能够为没有网站的企业提供产品信息发布、企业形象展示等功能，仿佛也起到了网络营销的功能，但这种网络营销依附于商务平台而存在，一荣俱荣，一损俱损，不利于企业开展长期的网络营销活动；此外，拥有自己的企业网站，企业才能够有效开展各种针对性、时效性的网络营销活动，将网络营销落到实处。网站推广虽然不是网络营销的全部，但却是网络营销最基础的工作之一。目前，很多网络公司都在提供网站推广服务，主要有：搜索引擎推广、电子邮件推广、网络广告等方法手段，应当说其效果还是很明显的。案例：桂林广陆数字测控股份有限公司

(<http://www.myseobbs.cn/>)是专业生产数显卡尺、游标卡尺、千分尺、百分表等精密测量仪器及量具高新技术企业，90%以上的产品出口到欧美等三十多个国家和地区，国内市场占有率达50%以上。早在1999年，公司就建立了自己的网站，但一直以来并没有进行过网站推广的工作。2002年6月与专业网络公司签定了网站推广协议，先后将其网站登录到了中英文Yahoo、MSN、Google等搜索引擎，并取得好的排名。以下是产品“数显卡尺”的排名情况：1) 数显卡尺中文Yahoo 第一位新浪 第二位、搜狐 第二位、google (中文) 第三位2) Digital caliper Google (英文) 第五位 MSN 第四位

、英文Yahoo 第三位至此，该企业网站访问量及反馈都有大幅度提升，且均为目标客户访问，访问质量明显改善。从来访者的路径分析，大多数访问者都是来自搜索引擎，由此可见网站推广的作用。现该企业已收到不少国外买家的查询，并有些正进行洽谈中。

二、网上市场调研：网上市场调研也是网络营销的基本职能之一，随着互联网应用的普及发展，企业的市场调研、用户需求信息的收集亦逐步跨进网络。与传统市场调研方法相比，利用互联网进行市场调研有很多优点，主要表现在缩短调研周期、节约费用、不受地理区域限制等方面。因此，网上调研成为一种不可忽视的市场调研方法。从市场调研的程序上来说，网上调研与传统的市场调研没有本质的区别，只是采用的信息收集方式有所不同。通过在线调查表或者电子邮件等方式来完成网上市场调研，相对传统市场调研，网上调研具有高效率、低成本的特点，常用于产品调查、消费者行为调查、品牌形象调查等，是获得第一手市场资料有效的调查工具。在网上市场调研的整个过程中，收集市场信息资料工作量最大，耗时最长，因此，互联网为获得第一手资料提供了良好的途径，其优势在收集市场资料阶段更加明显。主要方式为：

（1）在线调查表：通过在企业网站或其他合作调查网站上设置调查表，访问者在线填写并提交到网站服务器，被调查人可留下自己的真实姓名和联系方式，以获取我们提供的奖励。这是网上调查最基本的形式，广泛应用于各种内容的调查活动，这实际上也就是问卷调查方法在互联网上的延伸。

（2）电子邮件调查：合理设计调查表单，将设计好的调查表直接发送到被调查者的邮箱中，或者在电子邮件正文中给出一个网址链接到在线调

查表页面。这种方式在一定程度上可以对用户成分加以选择，并节约被访问者的上网时间，若调查对象选择适当，往往可以获得相对较高的问卷加收率。

(3) 海量数据库搜索调查：根据调查内容需要，如进行竞争个案背景、规划、管理模式、销售策略、宣传策略、销售现状调查，可通过互联网海量数据库搜索调查来实现。在调查之前，根据企业的战略发展规划的所需，设计竞争个案调查参数指标，并逐项展开海量数据库搜索调查。

(4) 网站数据库分析调查企业网站通过网站推广工作实施和网站的运营，将会有为数可观网站数据，这些对于网上目标客户调研、客户分析以及客户关系整理均有重要意义。在进行数据库分析调查之前，要做好资料收集整理工作，并根据需要进行取舍增删，为科学进行调查分析做好准备。

三、企业产品分销：企业产品在网络上销售的成本要远远低于其他渠道的销售成本。在网上销售要比其他渠道方便的多，自然花费也就低的多，这样无形中降低了企业成本，提高了企业产品在市场上的竞争力。企业通过实施网络分销)可迅速掌握各类信息并对市场需求的变化做出快速反应，从而增进企业与分销点的联系，以最短的供应链、最快的反应速度、最低的成本、个性化的产品与服务，极大地缩短整体分销的业务流程并节省宝贵的时间和费用，提高客户的满意度。企业网上产品分销主要有以下一些优点：销售渠道合理分布，并简化销售环节，逐步网络化、扁平化。优化供应链，增加企业竞争力，降低库存，减少企业运营成本。加强各销售渠道预算和费用控制，实时获得销售情况统计，销售分析及时准确，价格策略快速反应、灵活多变。市场营销手段多样、适应网络时代的传媒特点，售后服务及时

到位、销售后勤保障有力，提供更多的商业机会。利用网络上与顾客直接交流的机会为顾客提供定制化产品服务，同时及时了解消费者对企业产品的评价，以便改进和加快新产品研究与开发。与非竞争性的厂商进行线上促销联盟，通过相互线上资料库联网，增加与潜在消费者接触的机会，这样一方面不会使本企业产品受到冲击，另一方面又拓宽了产品的消费层面。

四、网上品牌传播：网络的发展为企业品牌的整合传播开辟了一条新途径。网络资源的最大优势在于快速、便捷、低廉、高效，且具有互动性。如今上网的人越来越多，信息传播面广，传播速度快传统可以充分利用这些特点，为企业品牌宣传服务。通过网络营销，可以使企业品牌提升、拓展、纵深品牌的形象、价值及外延。网站是实现线上品牌推广营销的根据地。一方面，在离线领域可以配合广告、公关、促销等开展系列营销活动；另一方面，网站本身就是一个互动沟通平台，二者活动的反馈沟通均可在网站实现。并且，这些活动都应以品牌核心价值为基准点，因此可以确保活动的持久性与连贯性。通过有效的网络营销活动，能够较传统途径和方法更为快捷的实现深化品牌传播目的。首先可以扩展品牌形象：忠诚于某一品牌的顾客，会在网上寻找这个品牌的详细信息；其次具备名牌产品的企业更应引入网上品牌传播概念，不要让网上新兴的虚拟企业抢占有利地位。

五、网上公共关系和客户服务：企业开展网络营销，还体现在企业可进行网上公共关系和客户服务拓展上面。与新闻界建立友好的关系。通过网络可向新闻记者和雇员及消费者即时发布公司的政策变化。消除误导信息。通过企业网站可以及时纠正网上社区、BBS或邮件列表中关于企业的不准确的

信息，避免引起消费者的误解。在网上举行新闻发布会。那些不能出席发布会的人可以通过网络了解新闻发布会的内容（同步或会后均可）。通过顾客反馈信息了解顾客对公司产品的满意程度、消费偏好、对新产品的反应等。准确了解消费者的消费心理及决策过程，通过E-mail与顾客建立起“一对一”的亲密关系。对目标市场进行精确细分，根据这种细分将专门服务于这类顾客的信息或广告发送给他们。通过回复顾客的问题，及时向他们传送公司新产品信息、升级服务信息等，保持与顾客的长期友好关系。及时发现不满意顾客，了解他们不满意的原因，及时处理。建立忠诚顾客数据库。可吸收对公司产品非常了解的忠诚顾客介入公司的网络营销，他们能帮助公司解决消费者的问题，回答一些技术上的问题，同时他们还会提醒公司哪些消费者在网上发布对公司不利的信息。小结传统企业需要进行网络营销，这已经成为共识。企业根据自身实力的不同，有的自己成立网络营销部门，有的选择网络应用服务商为其服务，形式虽有所不同，但目的都只有一个，那就是充分利用网络营销来帮助企业发展。每个企业都有自己的年度生产和销售计划，包括近期、远期的营销战略和目标的制定，在这些规划中，现在又多了一项内容，那就是结合企业自身实际情况，制定企业开展网络营销的策略规划，在这个策略规划里面，主要分三个步骤来实现：首先是选择或搭建企业网络营销平台，已经有了网络营销平台的企业也不能让平台一成不变，更多考虑的是如何跟上技术发展和理念的更新，完善自己的平台。其次是明确目标，分阶段实施网络营销计划，这个计划的实施不是孤立的，是同企业整体营销战略相结合的。最后是准确评估网络

营销效果，客观分析已取得的成绩和不足之处，改善或改进网络营销平台以及网络营销规划，制订新一轮的网络营销策略。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