

运动器材公司网络营销案例分析 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/474/2021_2022__E8_BF_90_E5_8A_A8_E5_99_A8_E6_c67_474622.htm

项目背景：广州市振佳运动器材有限公司（以下简称振佳公司）是一家以生产、销售、出口运动健身器材为主营业务的小规模公司。拥有十多年体育用品设计和制造的经验，其主要产品是可折叠式家用健身器材，可以帮助都市人克服工作繁忙、空气污染、居室狭小及预算限制等诸多原因，随时在家中进行健身运动，实现自身的健康、健美、长寿和精神享受。是一个有市场前景的产品。振佳公司在开展网络营销之前，宣传手段以报纸、专业媒体为主，受资金的限制，只能在国内部分媒体上发布企业和产品的广告，不但广告的数量和区域受到较大的限制，广告投放非常盲目，广告效果也难于评估。“网络营销传统媒体”随着互联网的飞速发展，许多的企业经营决策者都意识到互联网蕴藏着无穷的商机。为了适应互联网经济下的市场竞争环境，利用广泛的网络资源，为企业的经营提供更多的帮助，多数企业在互联网上建立了独立的站点，通过发布企业、产品及服务等相关信息，尽可能地让用户了解企业，争取到更多的商业机会。为了让目标用户能从浩瀚的互联网中查找到自己的网站，搜索引擎登记注册、会员管理及数据库营销、邮件营销、其他站点的图标广告、链接交换、新闻组、BBS营销等多种网络营销手段被广泛使用。但是仍然有不少的经营者抱怨实际的投入并没有带来相应的产出，于是网站成了企业经营者“食之无味、弃之可惜”的鸡肋。经营者把失败的原因归结于网站的美术风格不够漂亮或者

服务提供商的素质太差，服务提供商也会认为企业经营者的期望值太高。然而真正地原因在于大多数企业和服务提供商都只是把网站和网络营销看成了一个孤立的市场推广手段，而忽视了构建以网站和网络营销为主体的整体市场营销战略。赛百威认为网络营销的真正含义是以网络为核心的整体市场运营体系，而不是一个孤立的市场分支。赛百威通过分振佳公司的需求，结合振佳公司的实际情况，提出了“网络营销+传统媒体”的网络营销解决方案。方案简述：（1）网站建设 网络营销的基本是建立一个符合企业形象、体现企业价值的网站。基于对振佳公司的产品特性、竞争环境、目标用户和营销目标的综合分析，赛百威公司为振佳明确了网站的定位：面向国内外经销商，以产品宣传为主的信息型站点。网站设计上以产品为核心，网站内容特别是产品部分的内容必须详尽、实用；网站的结构和组成科学合理，避免给浏览者造成混乱和浏览的困难；网站应能够分析对访问者的偏好和来源等等。（2）网络营销 网站建设仅仅是网络营销的第一步，站点建成后，如何增加站点访问量，尤其让潜在的用户访问，是一个非常重要的课题。同时网站获得一定的访问量并不代表着高购买率。所以，一方面要通过技术手段进行网络营销，另一方面也和传统的市场推广和广告宣传相结合，才能取得较好的整体效果。在技术手段的网络推广中，主要以国内外搜索引擎登记注册和大型贸易站点的登记注册为主，让国内外的经销商都能非常方便地搜索到并登陆网站。同时通过网站跟踪统计系统掌握访问网站的客户的行动轨迹和活动规律；了解客户与网站的互动情况。再根据对客户访问行为的统计和分析情况，用客观的数据指导公司传统媒体的

投放。巨大效益：在 2001 年 10 月 2002 年 1 月份期间，网站跟踪统计系统显示通过搜索引擎来自全球的访问者中以西欧和东南亚居多，且有教多数量的重复访问者。这表明在上述两地存在一定数量的潜在用户。为此振佳公司在西欧和东南亚的专业媒体投放了配套的广告。最终引起了德国一家专业运动器材经销公司的注意，并最终签定了价值 2000 万的产品供销合同。同时两地还有不少的经销商通过电子邮件和企业建立了长期业务联系。分析：传统广告和互联网相互结合、优势互补，可以促进企业传统业务的发展。可以使得企业的电子商务走得稳健和踏实，更加有生命力。为了让更多企业应用网络优势，解决企业网上营销的难题。赛百威凭借多年在互联网行业积累的经验，结合与众多传统企业合作的成功案例，向国内企业推出一整套企业电子商务解决方案。使企业能够方便、有效的利用互联网为自己创造价值，全力协助企业在信息化社会，运筹帷幄，决胜千里。振佳总经理翁先生：“作为一家规模和实力有限的公司，企业营销策略一直是我们最难把握的。以前的广告投放浪费资源极大，而且效果并不明显。网络营销让我们真正地了解到客户情况，基本上做到了“有的放矢”。让我们尝到了互联网的甜头。”

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