

电子商务：企业网站，什么内容最重要？电子商务考试 PDF 转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/513/2021_2022__E7_94_B5_E5_AD_90_E5_95_86_E5_c40_513696.htm 不少媒体对企业网站提出过种种批评，多数观点认为网站面目简陋、内容贫乏、千网一面、信息陈旧等等，这些也许是多数小网站所共同存在的问题。实际上，假如你仔细浏览一些企业网站，会发现一些更有趣的现象，有些企业网站差不多成了生活服务性质的综合网站，既有火车时刻表、又有有奖竞猜、文化娱乐等，表面看来网站内容是够丰富的了，然而真正和企业核心业务有关的内容反而成了配角。进入这样的企业网站，有时真让人产生一种走错门的感觉，不知道这样的企业网站目的何在，除了显示企业的“实力”之外，透露出的最重要信息恐怕就是幼稚了。用户需要什么基本信息？企业网站究竟不同于专业的ICP或者门户网站，不可能也没有必要小而全，每个企业有自己特定的产品/服务，网站的内容理应围绕企业的核心业务设置。企业网站不应当只是一个摆设，网站是最有用的营销工具。当然，只有在网站可以满足用户需要信息的前提之下，网站的营销功能才能真正发挥作用。那么用户需要什么信息呢？这个问题是网站规划者首先要考虑的，首先必须分析可能的访问者有哪些，然后有针对性地设计相关内容，这样才能做到有的放矢。一般来说，一个企业网站主要的访问者有几类，即：直接用户、经销商、设备和原材料供给商、竞争者等。前两类访问者是公司的现有用户和潜在用户，也是网站内容应该重点满足的对象。至于供给商，除去那些具备B TO B功能的综合性电子商务网站来说，大多数以信

息发布为主的企业网站很少顾及到，因此，也不是一般企业网站的重点内容。至于竞争者，来访的目的无非是了解你公司的新动向，或者网站设计水平如何，是否有值得借鉴的地方，对此，在发布有关内容时应该给予适当的“防御”，而不是让竞争者满载而归。既然公司的现有用户和潜在用户是网站的重点照顾对象，那么就要认真分析他们需要什么信息。以一个电视机生产企业为例，一个用户/潜在用户访问某企业网站的目的大致有几种：看看有什么新产品、对比不同规格产品的性能和价格、与其它品牌的同类产品进行对比、查询本地销售商和保修地址等等，假如可以进行网上订购，用户自然也希望了解与此相关的信息，比如订货方式、支付手段、送货时间和费用、退换商品政策等。因此，这些内容应该作为网站的重点。说起来如此简单，似乎应该是再明白不过的道理，但是，很多网站在内容设计上“跑题”的现象却时常发生。即使在电子商务已经比较发达的美国，企业网站设计不合理的状况也十分明显，在中国，也许就更显得不足为怪了。最近，美国Information Resources

(<http://www.infores.com>) 公司(IRI)发布的的一份调查报告显示，美国的产品制造企业网站在所提供的产品信息内容和联系信息方面，一般可以满足用户的要求，不过，还有为数不少的企业网站则内容滥竽充数甚至多此一举，花费大量的精力和金钱设计一些用户根本没有爱好的内容，例如38%的制造商的网站提供游戏和一些娱乐节目，41%的网站提供生活服务信息，但是，调查结果表明，只有12%的访问者对游戏内容有爱好，27%的用户对生活信息有爱好。IRI的这份调查报告也发现并证实了企业网站内容应该以产品/服务为核心的

基本事实，因为，大多数消费者访问制造商的网站是为了查找公司联系信息和/或产品基本信息，在被调查的在知名企业网站中，消费者查询的两项最重要的信息是公司800电话和电子邮件地址，分别占63%和61%，分别有69%和81%的企业网站可以满足这两种基本信息需求。超过一半（56%）的用户访问企业网站的目的是为了查询产品信息，在这方面，91%的制造商都能提供满足的内容。企业网站，促销信息也重要在我们谈论企业网站的内容时，通常以静态的方式去描述，也就是说，说明网站应该涉及到的基本信息，这些内容一经完成，在相当长的一个阶段可能不需要频繁的更改，但是，仅有这些基本信息，网站的价值很难充分地表现出来，合理地利用企业网站这块企业自己拥有的宣传阵地，才能够达到事半功倍的效果。百考试题编辑整理 在IRI所进行的调查中发现，目前企业网站上的促销信息和促销手段都还不能满足用户的期望，大约有一半被调查的用户（55%）表示希望从他们所访问的网站得到免费样品，以及优惠券（占48%），然而提供免费样品的网站有22%，提供优惠券的网站只占19%。看来，在开发网上促销方面，企业网站还有很大的潜力。IRI的调查表明，制造商在网站上提供有价值的信息越多，其投入也越有效率。曾有一些企业和分析人事大肆宣扬建设网站社区的重要价值，但研究表明，消费者访问制造商网站并非为了社区，假如要参与社区活动，在网上有更多专业的社区，企业网站应该关注的是最基本的内容，即为用户提供详尽的产品信息以及方便的联系方式，加大宣传推广力度，并收集有关产品满足度和顾客需求方面的反馈信息。此外，企业网站不仅是一个有效的营销工具，还是一个获取用户需求信

息的有效途径，针对自己企业的用户开展网上调查，收集用户反馈信息，对制订营销策略具有重要的参考价值。然而，许多企业网站浪费了这种良好的调查机会。尽管有74%被调查的用户表示愿意在网站上提供产品满足度反馈，有50%的用户愿意回答产品需求和偏好方面的问题，但是，提供这两类调查的网站分别只占38%和31%。上面分析了企业网站建设中的部分重要内容，其中有些内容是一些具有一定知名度的企业在建立网络品牌和网络营销方面已经进行尝试并取得成功的经验，值得我们规划和治理自己企业的网站时参考和借鉴。F8F8" 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