

整合网络营销传播的缘起和发展电子商务考试 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__E6_95_B4_E5_90_88_E7_BD_91_E7_c40_513702.htm

媒介媒体的零碎化和消费者需求个性化相互推动，改变着商业社会的形态（缘起）。每个商业领域，在受到关注并流行起来的时候，就会出现爆发性的增长，这种情况在中国尤为突出。我们发现，忽然之间，电视机里有了60多个节目频道；床板大小的报摊上杂志和报纸满满的排了5行12列，还未包括挂在网格墙上的；甚至连天空也被氢气球挂起的彩幅和印着品牌LOGO的飞艇占据。我们能看到除了网易、新浪和搜狐之外，还有无数的博客、信息港、论坛、社区；除了阿里巴巴、慧聪以外，还有4500家企业化运营的B2B网站。所有这些媒介、媒体和平台同时掠夺着13亿人群的眼球、时间和资源。随着国内大部分行业买方市场形成，人们的选择不再只有唯一，消费者需求个性化的客观条件开始成熟。以服装行业为例，小批量、多品种甚至是单件定制的设计生产模式逐渐成为主流。众多的品牌服饰吸引了不同阶层、不同年龄段、不同品位和消费能力的人群。对部分女性消费者来说，“撞衫”（大街上见到与自己穿着相同服饰的人）已经成为一件令人尴尬异常的事情。在企业营销和推广层面，我们发现单靠一个电视台、一份报纸、一份杂志、一个栏目的网络广告投放已经不能全面的覆盖企业的目标客户群。许多企业主发觉广告费用高了，反馈的客户却反而少了。网络营销是新的工具和方法。当被问到“网络营销是什么的时候”，电子邮件营销、搜索引擎营销、病毒式营销、博客论坛营销、网络媒介广告投放

、行业网站及电子黄页登陆与信息发...这些字眼会是最常被提及的。我们还能听到的就是精准营销、互动营销、直复式营销，甚至是数据库营销这些创新而且发展潜力巨大的网络营销方法。在互联网、移动网络普及的大环境下，许多全新的工具和营销方法涌现，新媒体和新媒介站稳了脚跟。倚仗他们，许多传统企业以及互联网公司获得新的销售机会和品牌宣传机会。不过，当所有网络营销工具和方法被罗列的时候，问题似乎还没得到解决。“网络营销能做什么？”

“网络营销怎样开始？”理清网络营销的脉络。销售额和订单、品牌建设与管理、客户关系管理及服务是当今企业经营过程中最为关注的三个方面。我们以企业经营的三方面目的为向来理解，网络营销的脉络就能清晰的显示出来。在电视直销刚出现的时候迅速造就了几个上市的明星企业；当不法SP企业短信业务刚开展的时候，有高达20%接收到短信的客户选择了回复并被扣费成功。如果现在还想寄望群发出几十万甚至几百万的电子邮件获取订单，将公司的产品销售出去的话，你有多少把握能“捞取”一个客户？而且未经允许的电子邮件群发是有损品牌的，在一些国家是严重违法的。与此同时，作为一些站点的注册会员用户，我们经常愿意主动的去订阅邮件信息，例如当当网的促销和折扣信息邮件。可见，现在，电子邮件营销更大的作用不是获得订单和销售产品。在客户关系管理和服务方面，电子邮件的应用更为恰当。搜索引擎营销的出现极大的改变了传统交易的模式。“推销”的概念变得模糊。我们想要寻找希望购买的产品和企业的供应信息，而搜索引擎在尽力的把最贴近你想要的结果提供给你，同时在恰当的时候恰当的位置，你还能发现更

多的选择。销售和购买之间的桥梁关系过度得非常自然。消费者和采购商有更多的主动权，只看到相关的信息内容，而供应商和零售商也能实现只把销售的信息告诉有相关需求的人，这是精准营销的最典型的实现方法。来源于百考试题电子商务站 还有品牌建设、还有客户关系管理及服务。不同的网络营销工具和方法在企业经营过程中发挥着不同的作用。

整合网络营销传播的未来。创新和竞争是商业社会发展的永恒主题。在未来的5年时间里，媒体、媒介零碎化，需求个性化的发展会不断的深化。以企业经营目的为导向，充分利用网络营销的新工具和新方法，是未来企业营销获得成功的重要保障。我们可以推想，电子商务的未来是什么？也许她和整合网络营销传播有莫大的关联.....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