

网络营销知识：网络营销系统(1)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_ti2020/514/2021_2022__E7_BD_91_E7_BB_9C_E8_90_A5_E9_c40_514272.htm (一) 网络营销系统

1、网络营销系统组成 企业开展网络营销是一系统性工程，它需要企业调动人力、物力和财力进行系统的组织和开发。网络营销系统的组成主要包括有基于Intranet（企业内联网）的企业管理信息系统、网络营销站点和企业经营管理组织人员。网络营销作为电子商务中重要的组成部分，网络营销系统的建设和开发一般要纳入电子商务系统的整体建设，把网络营销系统作为电子商务系统中的有机组成部分。下面主要从整体电子商务系统的架构中来讨论网络营销系统的组成。

(1). 企业内部网络系统 计算机网络是通过一定的媒体如电线、光缆等媒体将单个计算机按照一定的拓扑结构连结起来的，在网络管理软件的统一协调管理下，实现资源共享的网络系统。根据网络覆盖范围，一般可分为局域网（LAN）和广域网（WAN）。由于不同计算机硬件不一样，为方便联网和信息共享，于是将Internet的联网技术应用到LAN中组建企业内联网（Intranet），它组网方式与Internet一样但使用范围局限在企业内部。为方便企业与业务紧密的合作伙伴进行信息资源共享，于是在Internet上通过防火墙（Fire Wall）来控制不相关的人员和非法人员进入企业网络系统，只有那些经过授权的成员才可以进入网络，一般将这种网称为企业外联网（Extranet）。如果企业的信息可以对外界进行公开，那企业可以直接连接到Internet上，实现信息资源最大限度的开放和共享。企业在组建网络营销系统时，应该考虑企业的营销目

标是谁，如何与这些客户通过网络进行联系。一般说来可以分为三个层次，1) 对于特别重要的战略合作伙伴关系，企业允许应允许他们进入企业的Intranet系统直接访问有关信息；2) 对于与企业业务相关的合作企业，企业应该与他们共同建设Extranet实现企业之间的信息共享；3) 最后是对普通的大众市场，则可以直接连接到Internet。由于Internet技术的开放、自由特性，因此在Internet上很容易受到攻击，企业在建设网络营销系统时必须考虑到营销目标需要，以及如何保障企业网络营销系统安全。

(2) . 企业管理信息系统 一个功能完整的具有网络营销功能的电子商务系统，它的基础是企业内部信息化，即企业建设有内部管理信息系统。企业管理信息系统是一些相关部分的有机整体，在组织中发挥收集、处理、存储和传送信息，以及支持组织进行决策和控制。企业管理信息系统最基本系统软件是数据库管理系统DBMS (Database Management System) ，它负责收集、整理和存储与企业经营相关的一切数据资料。根据具有不同功能组织，可以将信息系统划分为销售、制造、财务、会计和人力资源信息系统等。如果要使网络营销信息系统能有效运转，营销部门的信息化是最基础的要求。一般为营销部门服务的营销管理信息系统主要功能包括：客户管理、订货管理、库存管理、往来帐款管理、产品信息管理、销售人员管理，以及市场有关信息收集与处理。根据组织内部不同组织层次，可划分为四种信息系统：操作层、知识层、管理层、策略层系统。1) 操作层管理系统支持日常管理人员对基本活动和交易进行跟踪和记录。2) 知识层系统用来支持知识和数据工作人员进行工作，帮助公司整理和提炼有用信息和知识，供上级进行管理和决

策使用，解决的主要是结构化问题。3) 管理层系统设计用来为中层经理的监督、控制、决策以及管理活动提供服务，主要解决半结构化问题。4) 策略管理层，主要是根据外部环境和企业内部制订和规划长期发展方向。

(3) . 网络营销站点 网络营销站点是在企业Intranet上建设的具有网络营销功能的，能连接到Internet上的WWW站点。网络营销站点起着承上启下的作用，一方面它可以直接连接到Internet，企业的顾客或者供应商可以直接通过网站了解企业信息，并直接通过网站与企业进行交易。另一方面，它将市场信息和企业内部管理信息系统连接在一起，它通过将市场需求信息传送到企业管理信息系统，让管理信息系统来根据市场变化组织经营管理活动；它还可以将企业有关经营管理信息在网站进行公布，与企业业务相关者和消费者可以直接了解企业经营情况。

(4) . 网络营销组织与管理人员 企业建设好网络营销系统后，企业的业务流程将根据市场需求变化进行重组。为适应业务流程变化，企业必须重新规划组织结构，重新设立岗位和培训有关业务人员。其中，有些机构和岗位需要削减，有些机构需要重新设立，如原来的客户服务部中电话接线员就可以大大减少，因为客户可以直接通过企业网络营销系统获得帮助。有关网络营销的组织、管理和业务流程重组的知识，将在本书最后一章专门进行分析和讨论。

2、网络营销系统功能

网络营销系统作为电子商务系统有机组成部分，它包括这样几大功能：信息发布与沟通、电子单据的传输、网上支付与结算、货物配送以及完善网上售后服务。

(1) . 信息发布与沟通。主要是实现信息发布与顾客进行沟通功能。这也是大多数企业网络营销系统的初步形式，如网上产品目录与展示。

由于信息是公开的，不涉及到本质的交易，因此安全性和可靠性要求也不高。

(2) . 电子单据的传输。为保证交易的合法性，电子单据的传输一般要求保密、安全、可靠，而且可以作为法律凭证。该功能属于实现市场交易中的功能。

(3) . 网上支付与结算、货物配送。它属于市场交易完成阶段功能。企业一般都开设有银行帐户，而且具有较好的信用，因此只要银行之间能实现网上清算，企业间电子商务活动的支付就非常容易，但这依赖网上银行的发展。货物配送是另外一个完成交易的关键，如何实时将货物送到指定的目的地，这是完成交易最后的环节。

(4) . 网上售后服务。由于产品使用过程中可能出现很多问题，如果不能解决好网上售后服务问题，就可能影响到电子商务活动的正常开展，因为客户可能转为寻求更可靠的传统方式。一般网上售后服务，主要提供技术资料、网上咨询等服务。

3、网络营销系统开发

网络营销系统的开发和建设要涉及到很多企业很多部门和环节，因此系统的开发和建设必须遵循一定的开发方法和建设步骤。

1 . 网络营销系统开发方式

(1) 购买通用商用系统 购买通用商用系统是实施的捷径。采用这种方式有以下优点：见效快、费用相对较低、系统质量较高、安全保密性较好、维护有保障。但是，商用系统也有其自身的局限性：不能一步到位地满足企业管理的需求。企业在购买后，往往要针对自身的特点进行某些设定或是增补开发。学习难度较大。系统维护具有较强的依赖性。对于小型企业、事业单位、以及业务比较规范而且特殊要求不多的大中型企业来说，通过购买商用系统的途径比较合适。

(2) 自行开发 如果企业本身具有一定的技术能力，有一批开发会计信息系统所需要的复

合型人才，往往希望自行开发系统。这种方式具有以下优点：针对性强，能够最好地满足单位管理的需要；便于维护，不需要依赖于他人；设计的系统易于使用。但采用这种方式也有其自身的缺陷：对单位的技术力量要求较高；系统的应变能力较弱。这种方式适于有比较稳定开发维护队伍的单位。

（3）委托开发 大多数单位不具备自行开发系统的能力，这时可以考虑委托外单位开发系统。这种方式的优点是：和自行开发系统一样，采用委托开发方式是针对本单位的业务特点和管理需求建立系统；可以弥补本单位技术力量不足的缺陷；由于是专用软件，比较容易为使用者接受。这种方式存在的缺陷是：开发费用较高；软件应变能力不强；维护费用高。这种方式比较适用于本单位开发力量不足而又希望使用专用系统的单位。

（4）合作开发与外单位合作开发系统，同时具备上述二、三两种方式的优点。这种方式也存在开发费用高、软件应变能力较弱等缺陷，但从成本/效益的角度考虑，不失为一种较好地开发方式，在实际工作中得到普遍运用。

2. 网络营销系统开发步骤

跟一般信息系统开发方法一样，网络营销系统也可以采用经典有效的生命周期信息系统开发方法。这种方法将系统生命周期分为六个阶段：

（1）项目定义。项目定义阶段的任务是论证建设一个新的信息系统的必要性,并提出一个初步的设想。

（2）系统分析。又称需求分析,其任务是通过分析原有系统存在问题的分析,找出解决这些问题的各种方案,评价每种方案的可行性,提出新系统的逻辑模型。

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