

电子商务综合辅导：戴尔网络销售模式分析电子商务考试

PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao_ti2020/516/2021_2022__E7_94_B5_E](https://www.100test.com/kao_ti2020/516/2021_2022__E7_94_B5_E5_AD_90_E5_95_86_E5_c40_516461.htm)

[5_AD_90_E5_95_86_E5_c40_516461.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/516/2021_2022__E7_94_B5_E5_AD_90_E5_95_86_E5_c40_516461.htm) 戴尔是世界上最早实施电子商务网上直销的电脑公司。戴尔在最初实施电子商务网上直销战略是在英特网刚开始发展阶段，P C 机也刚刚进去人们的生活。当时美国最大的电脑生产厂家要数苹果和 I B M 了，他们都应用的是传统的销售模式，戴尔的网上直销模式给人以新的购买方式。戴尔也凭借自己的创新营销模式很快又一家小公司变为全球最大的电脑销售公司。在当今个人电脑生产厂家增长纷纷衰退，而戴尔却可以一只独秀。在全球技术支出日益萎缩的市场里，戴尔的财务业绩可说是骄人的。公司 0 3 年一个财政年度（截至1月31日）的销售增长14%，达3,500亿美元。其净收入跳升70%，达21亿美元。第一季度（截至4月）的业绩同样令人鼓舞：销售额上升18%，达95亿美元；预期利润增长31%，达5.98亿美元。与此同时，其竞争对手捷威（Gateway）和惠普同期的个人电脑销售均呈下降之势。而戴尔创始人 4 1 岁的 Michael Dell 也因为公司的迅速增长其个人净资产至 2 0 0 6 年已达到 1 1 7 亿美元，跃居美国福布斯杂志 2 0 0 6 年全球亿万富豪榜第十一位。能取得这样的成绩来源于自己坚持和正确实施电子商务的直销模式。那什么是电子商务(Electronic Commerce)呢？就是利用计算机技术、网络技术和远程通信技术，实现整个商务(买卖)过程中的电子化、数字化和网络化。人们不再是面对面的、看着实实在在的货物、靠纸介质单据(包括现金)进行买卖交易。而是通过网络，通过网上琳琅满目的商品信息、完善

的物流配送系统和方便安全的资金结算系统进行交易(买卖)。电子商务的特点就是高效性、虚拟性、无纸化、低成本。这样企业利用电子商务就可以实现低成本战略。电子商务主要有以下五种模式，企业对企业(B to B)、企业对消费者(B to C)、企业对政府(B to G)、消费者对消费者(C to C)、消费者对政府(C to G)。而我们登陆到戴尔的官方网站上可以主要看到是B to C这种模式，但他也有一部分是对企业和政府的。在戴尔的网站上购买电脑，操作非常的方便。每一步都有提示。在购买电脑时有一种在商店里购物的感觉。可以根据自己的需要来选择电脑。你可以选择自己所需要电脑的类型，可以根据喜好来自选配置。通过筛选很快就可以找到自己的电脑，进行网上支付。戴尔在最快的时间内就可将电脑送到家中。就从这个来分析戴尔的直销模式带来的好处。对于戴尔来说直销省去了戴尔对各级经销商的利润，戴尔可以将这部分利润让利给消费者，也可以转换为自己的利润。转化为和别的电脑成产厂商品售后服务的费用里。省去了戴尔的大量广告费，当戴尔推出新产品时不用花大价钱去做广告。只要点击戴尔的网站就可以得到大量的信息。这样戴尔不用为推出新产品无人知晓而发愁。戴尔的直销模式后面必然有一个强大先进的物流来支持着他。电子商务解决了信息流、商流和资金流处理上的繁琐对现代化物流过程的延迟，进一步提高现代化的物流速度。戴尔成绩的取得用其总裁迈克尔·戴尔的话而言，是归功于物流电子商务化的巧妙运用。戴尔在日常的经营当中仅保持两个星期的库存，其存货一年可周转30次以上。这么低的库存必然给戴尔带来了巨大的利润率。这和世界五百强之首沃尔玛有着共同之处。沃尔

戴尔采用的是零库存战略。一个销售企业如果它的库存很小必然给他带来很大的利润，这样就大大降低了销售企业的成本，低成本战略就得以应用。强大的物流支持必然给企业会带来低成本。强大的物流后还有强大的资金流，戴尔的订单处理。戴尔而是通过订单进行生产。这是当消费者交过产品的钱后，戴尔才进行生产，这是采用先付款后送货的结算模式。而戴尔又是等货运公司间或送到消费者手里时才将货运资金交到货运公司的手里，这样戴尔既占压着用户的流动资金，又占压着物流公司的流动资金。戴尔是按照订单生产，可以说它的生产是没有风险的。而对消费者的好处是他可以按照消费者自己的想法进行生产，满足消费者的个性化需求，这是其他的电脑公司所不具备的。而且这样戴尔精简的生产、销售、物流过程省去了很多中间环节，这样有进一步的降低了生产成本。百考试题收集整理 以上所属可以看出直接经营模式的最大特点在于不经过任何代理商、经销商或终端零售商，实现了厂家和消费者之间无缝“虚拟整合”，从而使厂家能保持低成本、高效率的业务运行，并且确保了统一的价格体系，避免了部分经销商为追求销售量而盲目降价出售而导致市场价格混乱。而消费者也能有效避开渠道中的种种陷阱，并实现按需和个性化的定制。戴尔的营销创新在于他把新型零售方式融入到高科技产品电脑中来。如果用专业的话来说，戴尔将电脑产品“大规模定制化”。把微机直接卖给顾客并非改天换地的创意，戴尔的独特在于他对计算机市场这一理念的理解 戴尔的直销在世界上时非常成功。但是戴尔来到中国，它的直销模式就有些水土不服。中国的本土化战略不彻底，造成营销体制的混乱。虽然戴尔一直声称坚守直

接经营模式，但是在中国戴尔通过代理商来销售已经不是什么秘密，一些代理商以大客户的名义从戴尔拿货，然后销售，这样消费者所面对的所谓戴尔的销售代表有可能只是代理公司的销售代表，销售代表良莠不齐，也易造成消费者的不满[7]。其实戴尔的直销模式在中国有很多弊端。中国的用户分散，一个完善的物流体系也没有建立起来，中国人对电子商务的认识不够，还没有完全脱离传统的销售模式，这样戴尔的直销模式很难施展，也增大了戴尔的营销成本。戴尔的直消磨事业存在着弊端，厂家与消费者之间缺少缓冲环节，容易形成尖锐的矛盾冲突；对降低成本的过度追求，削弱了戴尔客户服务的保障能力；关键服务的外包增加了服务流程的复杂性，服务质量不能保证；业绩第一、重视大客户的文化使个人消费者的利益相对受到轻视。在网上看了许多关于戴尔的新闻，很多都是负面报道。把戴尔和沃尔玛相比，戴尔在为消费者着想方面做得很不好。沃尔玛降低的成本让利于顾客[8]，而戴尔更多更多的是把这部分利润装进了自己的腰包，戴尔的售后服务也不能令人满意。虽然戴尔存在着一些弊端，但是它开了电子商务的先河，它的直销模式非常的成功。参考文献：[1]福布斯《戴尔增长有道》作者：Daniel Lyons [2]福布斯 2006全球亿万富豪榜 [3]《什么是电子商务》作者：张俊杰 [4]福布斯《戴尔增长有道》作者：Daniel Lyons [5]《我们与众不同沃尔玛》作者：赵文明 中华工商联和出版社 [6]《戴尔营销--直销模式典范》作者：刘红强 经济科学出版社

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