

电子商务与呼叫中心的关联电子商务考试 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/517/2021_2022__E7_94_B5_E5_AD_90_E5_95_86_E5_c40_517224.htm

随着互联网技术的发展，商业活动已由原来面对面的交易方式发展到现在的通过互联网与客户进行沟通交易的方式，互联网及相关衍生的电子途径已是现在最重要的交易模式及渠道之一。但是，电子及互联网的交易方式会让初次接触电子交易的商家及客户看来总有那么一点不安全感。相比较而言，人还是更喜欢与人打交道。互联网，QQ，或者是EMAIL总是会让人产生一定的距离感及模糊感，如何解除顾虑，拉近客户与商家之间的距离，让客户了解商家，但又要在速度和成本上取得合理平衡，获得更大的盈利，这是每一个商家的共同愿望。而呼叫中心正好补充了这一项的空白，通过电话与客户沟通，向客户解疑答难，人与人的交流更贴切地理解客户的需求点，与客户达成一致共识，促进及完善整个商务交易，让客户感受到如面对面交易般的可靠及安全。随着电子交易从商户与商户的交易逐步推向面对公众的交易，呼叫中心所发挥的作用也就越来越重要。而如何通过呼叫中心来促成整个交易，让客户感受到商家的友好亲善，了解商品的价值及作用？如何整合呼叫中心资源与互联网及所有可用的途径来促进交易？怎样合理设计整个交易流程？这就是每个商家所要考虑的问题了。做呼叫中心之前，我们要先了解本企业面对的用户群，清楚自己的产品，自己的位置，所谓“自知”。不同的行业不同的企业，面对的用户群不同，呼叫中心在其中的定位也应相应设置。首先我们要确认呼叫中心的作用是以服务为主

，还是销售为主？面对的是公众用户时，呼叫中心的定位可能会重点放在交易上，呼叫中心可能就会定义为销售中心。而用户群是商业用户时，呼叫中心的重点，可能就会放在产品的服务上，这时呼叫中心应是一个支持中心。不同的行业对呼叫中心的应用点也不一样，快速消费品，竞争大，用户讲究物美价廉，整个行业的利润是建立在销量及快速的基础上，呼叫中心的重点是突出产品的实用性，快速达到销售的目的。而高价值耐用品的重点：则是在于新产品的功能及性能上，提高产品的附加值，突出与同行产品对比的重点，从产品自身的品牌、及实用及心理上进行着力。对于高价值的装饰收藏品，重点在客户的心理上，客户强调产品的独特性，生产品牌的价值，对品质的精细，心理价值上的满足，服务体贴，关注细节是中心人员关注的重点。了解了行业和产品的特点，才可以考虑呼叫中心在企业中的定位，以及如何通过呼叫中心来促成整个交易。较多的企业是采用网站展示呼叫中心销售的形式。客户可以在网站上了解产品的性能、展示、外观、价格等，直接在网站上下单购物的方式。而呼叫中心的作用则是辅助，确认购物。而电信公司方面更多的是采用电话销售形式，主动外呼用户，以优惠的价格方便快捷的送货方式吸引客户。电信公司采用这种销售手法的时间已经很长，经历也是非常老到，对于数据库的整合清洗，电信工具的运用，有着高超的技巧，及丰富的经验。然而更多的企业大都是采用直复营销的组合方法，针对不同的目标群用户分别采用不同的广告、网站、直邮、掌上营业厅等方法来接触，让客户随时随地通过不同方式跟商家接触，最大限度的方便用户。百考试题提供 企业将根据整个营销策略不同

来确定呼叫中心在其中的定位。用户认知度高的简单必需品，采用外呼形式会比较好，整体成本及效果上比较好，呼叫中心定义作营销中心，采用外呼形式，见效比较快。呼叫中心将处于中心位置。而针对大宗耐用品，用外呼的方法只会让客户感到骚扰，自我降低了品牌的档次。但如果采用直复营销的方法，让客户在网站，门店等地方了解了商品的性能，性价比后，再提供这一个补充的方法来方便客户，这就是一个非常好的渠道，同时还可以直接收集客户的第一手信息，及时了解客户的需求点。这时呼叫中心就属于支持及销售部门。至于资源的整合和交易流程的管理，是各个专业行业的专业问题，每个企业的管理层还要从各身情况来考虑和设定。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