

恰当运用B2B电子商务助中小企业腾飞电子商务考试 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__E6_81_B0_E5_BD_93_E8_BF_90_E7_c40_517793.htm 对于商家来说，涉足电子商务就是为了在成本最小的情况下赚大钱，选择哪个电子商务网站几乎可以说是影响销售情况的。当中有很多规矩和诀窍，譬如投放的广告要看该电子商务厂家的主打产、营销渠道、市场，选择对了适合的服务厂家，才能真正扩大影响力。遗憾的是，大多数商家不像做实体广告那么认真。很多精明的生意人只要坠入网络，马上便失去了做平面广告时的谨慎，昏天黑地折腾一番，随意选择一家电子商务媒体就草草了事，这委实是对自身利益的背道而驰。阿里巴巴作为电子商务的巨头，选择它作为一个发布的平台，相信当今的网民也不会对阿里巴巴陌生，只要在上面露个小脸，就可能会有很多网民浏览到。但是，阿里巴巴这种大型综合门户网站，或许，有些情况是不适合选择它的。第一，小型企业不宜选择安家阿里巴巴。小型企业一般资产规模不大、人员较少的企业，组织体系通常利用垂直式管理体系，管理跨度较小。说真的，这类企业能付给阿里巴巴的“劳务费”一般不多，这样，大型的综合网站又怎么会把这些企业捧成明星企业呢。客户通过搜索引擎，看到置顶的，又怎么会是这类客户呢。第二，扎根在2、3线城市的企业不宜选择阿里巴巴。阿里巴巴主导的是全国大城市的电子商务，重点挖掘的市场空间是1线城市的企业，所以，投放在2、3线城市的专注力相对来说就会弱一点。品牌的知名度的建立，对抢占市场的份额是起着很重要的作用，这就是心理学上的“首因效应”。如

果客户要搜索一项产品，而这家企业总是被“置顶”地被搜索出来，那么，在客户的心目中，这一家企业就肯定是比较优秀的。可是，我们2、3线的小型企业，可以在阿里巴巴等大网站中，得到这些效果么，相信各位在网络上便可见端倪。其实不是企业的产品做得不好，而是缺少一个科学的渠道去销售，去广而告之，其实在行业的架构中，优秀大企业应该是金字塔的顶端，为数不多，但是，金字塔的底部是中小型企业，他们作为市场上的一个庞大的群体，这样的市场潜力，才是巨大的，紧紧围绕“为客户找客户”的企业电子商务服务核心，以智能企业求购商机采集和匹配技术服务为中心的一呼百应(www.youboy.com)，就看准这块蛋糕，从理念，经验，渠道等资源中积极挖掘、培养优秀的代理商，去为商家进行优质的推广服务。作为企业，选择的应该是合适自身发展的电子商务服务商。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