

百度三步脚印迈向网络购物电子商务巨头电子商务考试 PDF
转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/519/2021_2022__E7_99_BE_E5_BA_A6_E4_B8_89_E6_c40_519009.htm 百度，这个国人引以为傲的搜索引擎巨头，业务范畴一直主要围绕着流量和广告打转，很难通过网络购物中的获得直接的交易流，这是对一个拥有中国百分之七十搜索市场占有率的一种极大的资源浪费。因此百度现在通过有啊的上线在逐步的渗透至整个市场，并且一步一步的迈向网络购物的电子商务巨头。百度战略三步走到底能够成就一个什么样的未来出来，还很难评估，但是百度的三步脚印应该是有迹可循的。 第一步：筑巢引凤，让流量化作广告注意力 百度的多次战略拓展使得百度的流量占据了中国的市场份额的首位。百度的搜索使得网民的注意力变得越来越集中化，注意力经济得到了很大提高，造就了百度的竞价广告，被企业所认知的而接受，以至于百度一直以来的广告语都是筑巢引凤。流量是有了，注意力是有了，但是问题依然不断因为光靠竞价广告，盈利点始终有限，而且要维持百度的高流量是需要不同的策略来使得百度能够获得更打用户粘力和注意力，于是百度走向了社区化模式，使得百度的社区文化和求知文化发挥到了极致。从而通过内容带来的口碑营销和比较变成了完完全全的一个标准。以至于众多的网民和潜在消费者会将其作为参考的一个重要的标准。 第二步：应用服务的崛起和平台的基本的架构 百度完成了第一个流量的堆积当然不会让其仅仅在广告上面有所作为。其实那么我们可以很明显的看到，百度是一种广告商，提供的是一个广告价值的渠道和注意力的产品给我们的企业或

者是有广告需要的商人。但是这不能真正的做到交易的有效化用实质化来的更恰当一些。所以百度推出了几个产品来慢慢提升自己在电子商务上面的层次，以及增加自己在社区化运营中的粘性。首要的就是百度HI的发布。有人会说HI的市场占有率不高。但是在这款产品的出世和战略都是为了为自己的电子商务平台做铺垫，并且也能够为社区化运营做多一个亲民产品提供用户粘力，所以作为辅助性产品来说它是绝佳的。其次了就是支付平台的上线百付宝：要电子商务，就要有安全的支付保证，百度的这项产品就为了解决自己的这个问题，但是存在的问题也是现在市场认知度不高，不过项目都是有积累期，这也很正常，所以有很多业内觉得百度做不起来，我觉得问题不是在这里，而是第一百度处于积累期在电子商务上，第二是百度今后的战略重心是不是在这个上面，这才是最重要的。再次平台的架构，百度有啊的上线开始自己的试运营，为百度慢慢的向提供电子商务的逐步的转型迈出了自己有力的一步，这对于百度而言无疑是一个重要的战略导向。有啊的启动已经很大程度，使得百度向多加电子商务网站宣起了自己要来瓜分市场的雄心，并且基于百度流量龙头老大的位置，以及自己在搜索领域的绝对的市场份额给各大网站带来了最直接的挑战，所以不得不说百度的潜力不是二般能提的事情。第三步：并购一系列的功能性网站来进行自身的电子商务领域的加强。互联网作为很大参考程度的今天，口碑和比较是互联网的重心之一，这对于促成营销的结果起着绝对作用，而口碑大部分了由很多的论坛，即时聊天，博文做出了文字化，实质化了。所以口碑是有据可查的了。而另外一大作用也在逐渐的形成，百度自己做了

很大的口碑实质化的工作，也会把比较作为自己的一个重头戏，收购一些比较购物等功能性的网站，最近上网发现了个和百度颇为相似的比较购物网站，怀疑要么是百度的，要么就是百度会收购的那一种。对于百度而言在垂直搜索和比较上还有所不足之处，这无疑是一个很好的契机，但是如果单单去经营一个功能性的网站必须是很好的行业拐点和idea才能比较好的切入到功能性搜索上的，功能性搜索引擎有个很大的问题是内容粘性有所欠缺，在这一点上需要改进。在对于整个营销之中，其实只是对于整个搜索引擎现在的一个应用臆测，有口碑可依，但是无比较。所以对于百度来说下一个战略应该是通过一些功能性的加强，来提升自己的面对google功能性发展的一种功能性拓展。百考试题收集整理对于搜索来说方便了网民，但是经济应用程度仅做广告，能够产生的价值太低，而直接的形成功能流才能创造更大的价值。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