

电子商务综合之新品牌电商的网络营销之道电子商务考试

PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/526/2021_2022__E7_94_B5_E5_AD_90_E5_95_86_E5_c40_526944.htm

国内不乏电子商务企业，可是成功的电子商务企业却屈指可数。在男装B2C行业中，VANCL业绩独领风骚。对于VANCL的成功，很多业内人士认为VANCL产品价格低。对比VANCL与PPG的经营情况可以发现，两家男装B2C企业的产品价格相当，可业绩VANCL更好。其实，VANCL的成功，还是得益于其对网络营销与传统营销孰轻孰重的分寸拿捏。在传统市场趋于疲软之时，很多企业将销售重任寄于互联网，电子商务作为一个时髦的角色出现在人们的视线中。由于电子商务是搭建在互联网平台中，很多业界资深人士错误的认为电子商务无需营销。VANCL的成功证明，电子商务不仅需要营销，更需要专业的营销。目前，国内很多B2C企业很难做大，做强，就是因为这些电子商务企业忽视了网络营销的作用。VANCL今天辉煌的业绩，不仅得益于其对平面广告的媒介选择眼光，也得益于其对网络广告联盟的运用，特别是对门户网站网络广告的运用。与PPG不同，VANCL的网络广告投放比重远远超过了平面广告，大大约占其广告投放量的60%以上，2008年伊始，龙拓互动协助VANCL进行网络营销推广，结合vancl新品牌上市的契机为其构建了一套以ROI为核心的网络推广策略，涵盖门户、垂直、社区、cps联盟等多种形式，涉及网易、腾讯、搜狐、新浪、优视、酷6等不同类型的网站，通过一系列的卖点明确、制作精美的互动广告，使vancl在极短的时间内名声鹊起，而同期依然坚持走平面广

告路线的PPG则走开始走下坡路。可见，一个好的电子商务营销策略，不光需要媒介采购能力、创意能力、技术能力，还需要独特的眼光和对行业的准确判断。VANCL之所以成功而PPG之所以止步不前，被后来者轻松超越，或许与此有关。在B2C电子商务的网络营销领域，考试/大积累了颇多经验的龙拓互动CEO苏义就曾在接受网易访谈时表示“针对传统企业纷纷涉足电子商务这一现象，很多企业已经意识到电子商务作为企业销售新终端、新界面的价值，但如何利用电子商务来降低传统渠道和终端费用，进而实现电子商务营销，他们还比较隔膜。”在他看来，传统企业要实现电子商务营销，必须、甚至只需完成三大核心任务：第一，电子商务网站建设和网络卖场规划.第二，品牌推广和网络广告.第三，客户管理和销售组织。笔者感觉真是“听君一席话，胜读十年书！”另一个电子商务营销的成功案例是红孩子。就笔者看过的几个红孩子的广告来说，不仅很刺激消费者眼球，而且从特价单品、品类、概念三个角度测试出广告创意与点击和定单的关系。红孩子网络营销达到非常理想的效果，从而可以看出，若从提高销售额的角度出发，新品牌电商在进行媒体投放时，应选择曝光高、成本低、转化高的广告位置。看来新品牌电商若要在电子商务行业取得快速发展，一定要好好分析下电子商务市场整体环境，并借鉴下成功电子商务企业的营销策略。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