

互联网络营销的新模式电子商务考试 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__E4_BA_92_E8_81_94_E7_BD_91_E7_c40_526949.htm Widget/Gadget是一种可以供企业和消费者自主开发的、实现特定功能的小模块，可以嵌入到网站或者下载到消费者的电脑上使用

。Widget/Gadget可以体现诸如游戏娱乐、时钟日历、信息订阅、系统辅助、网络工具等多种网络应用。消费者可以通过使用Widget/Gadget工具实现自己所需要的各项服务。在国内，一般也将Widget/Gadget称为微件、小工具、小模块。

Widget/Gadget营销的突出优势在于给消费者提供了简便而自主的全面了解企业产品信息和动态的手段。它给予企业进行Widget/Gadget的营销是一种通过给予消费者自主选择权并且获得价值以实现企业利益的全新营销方式，为企业和消费者之间营造了良好沟通环境，实现了双方的共同利益。目前，国内的Widget/Gadget营销市场正在起步，而2008年美国企业Widget/Gadget营销的开支将达到4000万美元，Honda、Sony、时代华纳、米高梅、20世纪福克斯等企业都采用过Widget/Gadget营销。而互联网体验营销更是突破了传统上“理性消费者”的假设，考试/大认为消费者消费时是理性与感性兼具的，消费者在消费前、消费时、消费后的体验，才是研究消费者行为与企业品牌经营的关键。网络游戏、杀毒软件、电影、音乐等企业和网站经常采用互联网体验营销，为消费者提供一段免费体验时间，消费者在体验感觉好的情况下才付费使用，让消费者感觉物有所值。比如，2007年，黄果树瀑布通过电子杂志平台Zbox进行互联网全景体验营销

。在这种营销模式中，考|试/大景区115平方公里范围内的“食、宿、行、游、购、娱”等活动都通过照片、动画等多种表现形式得到视觉、听觉包装和线上、线下推广，极大地满足了游客对景区文化内涵、生态地理环境、导游、导购等的需求。而最近兴起的“试客网”、“试客一族”及“试客营销”更是成为互联网体验营销与传统营销相结合的新发展。众多形式的Web 2.0营销、Widget/Gadget营销、互联网体验营销无不体现出Web 2.0时代“个性、自主、互动、体验”的特征。未来，互联网的发展将更加凸显“用户主权”和用户之间的互动，可以预见，互联网营销模式也将会朝向充分为消费者服务、提高“消费者主权”、让消费者“主动为企业营销”的方向发展。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