

新一代网络营销模式之声动营销电子商务考试 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/534/2021_2022__E6_96_B0_E4_B8_80_E4_BB_A3_E7_c40_534005.htm

在线语音播报新理念
声动营销：撬动百亿中小企业网络营销市场。1997年3月，第一则网络广告出现在了chinabyte.com上，之后，中国便掀开了企业网络营销的大幕。随着近十年来网络的普及与发展，企业借助网络开展营销的方式也不断更新，越来越多的中小企业注意到了网络营销的必要性，并纷纷选择了自己的方法加入到了这场浩浩荡荡的网络营销大潮中。伴随着众多企业的加入，我国网络营销格局变得多样化。无论是传统的企业网站建设、搜索引擎营销、网络广告营销、网络会员制营销，还是在2005年大势兴起的B2B、C2C营销，都大大增加了中小企业营销手段的选择。在多样手段选择的背后，各种各样的问题开始困扰着中小企业的营销人员。低效营销，你还在大量投入吗？“花了大量的钱，却没有收到预期的效果”，许多中小企业都面临着这样的现实问题。为了在新兴电子媒体上抢占有力的宣传地位，考试/大中小企业仍不惜下大血本，投入网络传播。在大量金钱购买来的教训中，“网络不是万能的”这个教训摆在了中小企业面前。自主建站，是近年中小企业比较有倾向性的自我推销手段之一。来自赛迪顾问的统计数据表明，在价值百亿的中小企业网络市场中，目前已有2/3的中小企业构建了自己的网站，并付出了大量的人力物力来完善网站栏目和设计。但从网站流量监测分析反馈出来的数据却显示，90%的企业网站带来的日业务量几乎为“0”。其效率之低，让很多企业家产生了网络营销无用论的想

法。之后，购买关键字和竞价排名的推出，使得中小企业借助门户及搜索网站宣传了自己，带来大量访客。但随之产生了企业管理者们不愿看见的另一种现象：跨进门槛的访客好比来自异域的参观者，往往在企业网站上溜达溜达之后就飘然而去。考|试/大虽然企业为这些访客提供了能够进行进一步联系的种种方式：电话号码、邮寄地址、QQ、MSN、E-mail等等，但往往无功而返，难以挽留访客，更不能带给企业最现实营销目标：销量增长。在web2.0到来的今天，借助第三方电子商务平台开展网络营销逐渐成为了新一轮的流行主题。对于那些已经将钱投入第三方电子商务平台的企业来说，更多的感受是：己方的资金投入成就了第三方的辉煌随着大量企业信息注入第三方平台，第三方开始利用人气招来更多企业信息和资金的注入，进而从中名利双收。而众多的中小企业，只能等待幸运的洋流，将深埋在海底的小企业卷至聚集了众多企业的商务平台表层。声动营销，变革网络营销旧理念 2005年，web2.0概念引进中国，在日常生活领域引起了一场巨大变革。一时间，以主动、互动、交互为主导思维的互联网生活方式被发现，成为了时代的主流，而在营销界，“互动”概念也得到了越来越多的企业的重视。那么怎么样才能达到真正意义上的互动呢？互动概念，首先强调的是买卖双方时间和空间上达成的有效沟通。网络的出现，已经在形式上实现了跨越空间的沟通，考|试/大将身处异地的人们通过互联网进行连接。虽说，目前即时沟通软件能在一定程度上帮助买卖双方实现这种交流，但前提是双方必须安装同类的工具软件，给使用者带来了一定的不便。互动营销，更强调买卖双方的相互满足，实现双赢。在互动营销概念中，

买方能够及时向卖方传递自己的需求，卖方也能通过这些来自消费者的第一手资料，及时调整自身产品策略，开发能够更加满足市场需求的产品，在互动交流中形成双赢。强调营销方式的多样性，是网络互动营销的另一特色。这种多样性首先体现在沟通方式的多样性上。网络所带来的语音、视频等多样的交流方式早已为广大网民所适应，现代营销，也应该将这些网上的大元素转化为营销手段。同时，营销调研方式也应该多元化。抓住来访者最关心的信息，施行有针对性的营销。互动营销最具变革性的一点，则是将原先的被动营销变为了企业主动出击的模式。针对于访客流失量大这一问题，很多企业都采取了相应措施进行挽救。声动营销的创造者播报通则提出了声动营销的概念，即：企业网络代言人主动用多种语言，对每个到访的客户热情欢迎及陪访，延长客户留时间，建立深刻第一印象提高二次访问率，并传递和获取更多有效信息。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