

电子商务PK搜索引擎的风暴时代电子商务考试 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/541/2021_2022__E7_94_B5_E5_AD_90_E5_95_86_E5_c40_541621.htm

金融危机爆发，导致中国外贸市场极度疲软，更多中小企业转战中国内贸市场，希望能在内贸市场分得一份羹。而网络营销成为中小企业迅速抢占内贸市场，打响知名度的垫脚石。作为网络营销经典模式的电子商务和搜索引擎，哪种营销模式更有效率，更具推广性？这个问题的探讨，在企业盛行“过冬论”的今天，更有指导意义。笔者以中国搜索引擎代表百度与中国内贸电子商务代表慧聪网进行比较，就此问题展开讨论：恶意点击引“竞价排名”危机交易市场显优势 百度搜索引擎带来的信息发布与接收模式变革是毋庸置疑的，但其主打产品“竞价排名”在开始就遭遇恶意点击、虚假点击等互联网不良操作行为的负面影响，令广大中小企业和搜索引擎厂商蒙受巨大损失。慧聪网主打中小企业服务牌，其交易市场核心搜索引擎技术“金榜题名”，价格优惠，在关键词与位置上选择更加便捷。/百考试题/收集/最重要的是，推广企业能够时刻掌握企业网站的访问情况，识别出恶意点击和有效点击并记录分析，能够对推广效果做到心中有数。垃圾流量与绿色流量PK战 百度另一项盈利模式“通配广告”，以其巨大流量吸引企业纷纷购买。但通配广告要求固定费用，一般费用较高，对于营销推广预算有限的中小企业来说，也是一道门槛；一旦发现选定的词不够理想，但不能修改，使推广效果大打折扣；选择合适关键词等工作，对首次进行网络推广企业也是很大的难题。而使企业最头疼的问题是，巨大流量以“垃

圾”成分居多，并不能带来多少企业所需要的潜在客户。慧聪网采取行业细分及行业专属服务等策略，所依托的电子商务搜索是专为商务人士开发，能将搜索结果按行业性质进行分类，使企业准确定位目标人群、推广投入有的放矢，从而有效掌握自己的营销计划。相比百度搜索个人行为较多的情况，慧聪网基本清一色都为企业行为，所来的流量更为纯净，俗称“绿色流量”。认清受众群体选择网络营销投放平台百度以搜索用户多，流量高作为客户投放广告最大优势，而慧聪网以集合买卖信息，便于企业快速交流，超过80%企业用户的纯绿色流量，做为其特点。而中小企业投放广告，目的不外乎见效快。那以“摄像机”这个词来进行投放，对比两者效果如何。/百考试题/收集/企业首先选择百度为平台投放“摄像机”这个关键词，据统计日流量超过100万，但其中有99%的流量属于垃圾流量，学生、普通网民浏览该广告的频率非常高，专业用户几乎没有，如此高的浏览量一年下来开销不少，却没有得到相应询盘的广告回报。同样的关键词选择慧聪网作为网络投放平台，因慧聪网对摄像机进行专业的行业细分，同样的关键词可以选择的细分市场有安防行业摄像机，广电行业摄像机，化工行业摄像机、IT、影音、家电……。这样我们在选择网络广告投放时就可以非常方便地找到目标客户群，虽说慧聪网细分后广电行业目标市场的客户流量只有区区10万，但其中有80%的浏览者就是业内的专业人士，而且很多都有采购产品的意向和决定权。这样客户转化率非常高。从广告投放到有效询盘周期非常短，高科技产品时间就意味着成本，低价迅速促销这点对高科技产品网络营销非常重要。融合发展才是真支持中小企业过冬 此外，与

百度相比，使用慧聪网的企业用户，通过慧聪网举办洽谈会等服务，能够更直接的与买家接触，增加更多洽谈机会。但百度搜索产生的巨大流量，也是不能被企业所忽视的一块蛋糕。据慧聪网负责网站运营人士称，慧聪网09年将加大在百度投放关键词广告的力度，但为规避垃圾流量，所投放的关键词极具客户针对性，如“建材价格”“服装批发”“礼品市场”等等，具备很强电子商务特色。使搜词人群更多控制在企业客户中，让百度带来的流量有效性控制在最高。而且通过百度所带来搜索数量大幅度提升，对慧聪会员推广有一定促进作用，是慧聪免费服务会员新举措。总而言之，网络营销是一门学问，网络营销更不是纯粹的广告投放，到底搜索引擎与电子商务哪个更适合“过冬论”，就看你怎样使用。一个企业想从网络营销得到好处，就必须从实际出发，把网络营销的各个方面有效结合，选择精确的目标客户群体，才能取得良好的营销效果。 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