

电子商务帮企业逆境营销电子商务考试 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/580/2021_2022__E7_94_B5_E5_AD_90_E5_95_86_E5_c40_580368.htm

目前国际金融风暴依然余波未尽，许多企业面临产品大量滞销等困难，国内同类产品的竞争越来越激烈，媒体作为企业重要的宣传利器，价格也“步步高升”。企业欲凭借传统营销找到属于自己的一片天空，现阶段可谓难上加难。即使找到了，想站稳脚跟，也必需投入大量的财力、物力、精神和时间来构筑自己的品牌，资金也必需得到妥善的投放和周转，一个环节出错随时把企业拖垮。近年来电子商务营销为众多企业带来了商机，提供了企业借力电子商务这种低成本高效率的营销平台导入机会。但在电子商务领域里，网站更多是作为一个工具，为企业提供一个展示产品、打造品牌形象的机会。专为中小企业提供服务的“一大把”网站宋大昭先生，在接受本刊专访时表示：“中小企业欲进入电子商务来逆势扩张，必须如同传统营销那样做到有定位、有目标、有传播、有集中、有创意。充分发挥电子商务营销体系信息量庞大、商机密等集等优势。”企业在开拓市场时应针对自身产品特点，找准锁定目标群体，巧借电子商务精准、集中的特点。而企业的每一个产品都有面向多方面的优点存在，但推广时候如果多线并进，很容易造成产品定位不明确，对客户的针对性就会变弱。因此对产品进行网络推广时，一定要使产品的卖点集中、主题集中、针对的目标集中，只有把目标锁定在客户的最大需求上，推广策划时目标方向整合明确，能最大限度地具有成长性顾客转化成最有价值客户，创造企业的最大价值。

实现。在“一大把”网站(yidaba.com)的商铺和黄页中，由于使用的人群100%是企业老板、经销采购商、进出口采购供应商，业务人员等商业活动的直接参与者，因此在“一大把”上参与电子商务的企业面向的目标客户都是潜在价值客户，能直接命中目标，直接寻找产品的需求者，使买卖交易更为迅速，广大的有效商业流量也能为自己品牌在业内的名气快速增长。这种网络商铺可承载企业主要宣传信息，为企业更多地进行有针对性的定位和传播。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