

网络营销网络经济的务实探索之道外销员考试 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/592/2021_2022__E7_BD_91_E7_BB_9C_E8_90_A5_E9_c28_592052.htm

一、自力更生，自我发展，探索出一条符合集团未来和现实资源条件的网络营销之路。多年的外向型经济实践，使我们深刻认识到对于新兴的商业模式，新兴的营销手段要大胆试验大胆实践。将先进科学技术成果武装到传统的营销工作中去以赢得可贵商机。我们主要做法是：（一）做独立网址的网站，自行维护网站资料从1997年开始我们根据国际市场情况和客户的要求在因特网上设置了自己的主页。但由于资料更新麻烦和域名宣传不方便，我们很快将其升级为具有独立域名的网站。通过学习，我们具备了网站维护的基本能力，从1998年至今，先后改版6次，上载产品图片300余张，页面修改190次（页）以上，使网站真正成为集团经营活动的橱窗，时刻体现现实的经营业态，并且与网上信息同步。常看常新的网站，不仅给访问者不断带来有商业价值的信息，提高了访问量和潜在的商业机会，还使老客户时刻感受到集团经济工作的勃勃生机。（二）借助网络媒体，高强度、低成本、针对性地宣传自己的网站，经过几年的摸索，我们有了几件法宝：（1）在国内外知名网站的电子公告牌上进行轮番宣传。如中文的阿里巴巴网站、中华商务网、中国汽车配件网，英文的汽车网、联合经贸网、连接中国网等等。一共大约有50个，基本保证每月都有我们网站的最新消息，因为这些网站的访问者大都是商贸界人士，有些商务网站和我们的业务非常靠近，其访问者甚至就是潜在客户。（2）加入

商业信息库，提高被检索的机率。许多综合型的商贸网站上都有一些开放的商业信息库，供企业自由登录，我们就有选择地登陆了一些，大约有30个，并且保持在这些数据库中的信息与网站同步更新。（3）向客户群定期发送电子邮件。经过多年的网上操作，我们收集到了大约1000个左右的e-mail。这些e-mail的主人，有的是汽车制造商的采购主管，有的是零部件经销商，有的是综合贸易的负责人，有的是这些产品的爱好者和设计人员。当然，这个客户群也是动态的，有的圈进来，有的也被退出去，我们始终保持千个左右。他们也往往是集团网站的忠诚的访问者，他们的反馈对我们产品的改进、市场的拓展有着非同寻常的参考作用，而获得这些意见的成本几乎可以忽略不计。三年来向16万人次发送邮件2000多次，其成本不过区区几百元。（4）为不同的人群设计不同的宣传主题。同样是一条新产品促销信息，如果千人一面地宣传产品如何如何好，买了以后，怎样怎样实惠，是网上人士最反感和厌恶的，只有设计一些精确的主题有针对性地宣传才能取得较好的效果。比如，对于半金属基质面片的离合器总成，我们就设计了诸如环保专题、商机专题、节耗专题、安全专题和广告专题等等，使看信息的人在不戒备的前提下，了解到产品信息也传达了我们的意图。当然网络宣传的手段有很多，诸如一石二鸟法、公众关怀法、欲擒故纵等等。（三）强化商贸队伍建设，促进网络信息力向现实的市场生产力转化，也就是要真正地做成生意、开拓市场。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