

新网络营销卖诚信和服务 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/61/2021\\_2022\\_\\_E6\\_96\\_B0\\_E7\\_BD\\_91\\_E7\\_BB\\_9C\\_E8\\_c40\\_61530.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/61/2021_2022__E6_96_B0_E7_BD_91_E7_BB_9C_E8_c40_61530.htm) 网络信息化对企业没用吗？有用吗？两个问题可以随便怎么回答，其答案都没错，这源于我们过去的信息化产品的营销，只顾了钱，忘记了服务。中国商业化竞争的进程，在急速发展，所以该竞争不该竞争的企业都在为未来的发展做打算，毕尽中国有如此庞大的企业群体，作假犯科的年代在慢慢远去，投机取巧的机会越来越少，竞争成了不可避免战争，所有的竞争集合起来，决胜的秘诀是信息。网络发展近10年，其信息量、便利性、传播速度，没有人不认可，可为什么会出现企业的运用过程中可以说有用也可以说没用？也就出现了企业在极其需要信息服务的背景下还拒绝网络信息化产品的推销，比如搜索产品关键词搜索、竞价排名、固定搜索排名等等产品越来越难卖，还比如依照企业实际需求设计开发的商务软件，虽然2005一枝独秀的书生商友商务软件销量和市场都共同验证了对企业胃口的信息化产品价值，但书生总裁booksir依然感慨道：我们商友在替信息化产品还债！很多人纳闷，商友在还什么债？关于这个，booksir说：“还过去信息化产品掠夺型推销的债”。仔细一想，所谓的掠夺型推销，是指签单拿钱就走人，忽略了企业的实际情况，也忽略了服务！忽略服务的销售，何来诚信之说？网络信息化的发展速度太快，现实的企业根本没有追上，导致一种实际的断代。一边是海量的信息蕴涵无数的商机，另一边是企业不知道怎么掌握这种商机。其实这是网络信息商业利用的普及和市场铺垫我问题

，把网络信息化比作一架飞机，可企业最多只会开汽车，所以卖飞机的人认为自己的产品先进、好，买飞机的客户却不会用！买了和费铁没什么区别，所以信息化产品销售是在不断宣传产品的优良性，客户受诱惑后买了却不知道怎么用怎么开发，这就是回答有用和没用都有道理的原因，书生商友软件所说的还债就是还这种债，前面的掠夺销售让产品没产生实际价值，客户自然认为没用，于是非常拒绝信息化产品的销售。信息化产品销售进入死角是个不争的事实，厦门书生执行的新的销售策略值得IT业界公司借鉴，卖诚信和服务！书生倡导销售其公司产品的兄弟公司，不再不厌其烦的介绍产品，而是和客户公司负责人建立诚信的友好关系，把驾驭网络商机的能力当作服务内容传授给企业，让软件真正的为企业服务，体现价值。把服务细化到每一步的操作和每种概念的实现，比如怎么样用商友软件搜索信息，搜索到信息怎么筛选，怎么样发布有效的信息让需要的人看见，怎么样管理筛选出来的目标客户，怎么样进行网上贸易……等等，尽管这样做会使利润大打折扣，但是这样可以行业健康，可以夯实与企业合作的基础和密切合作关系，当企业从内心认可了产品和服务，销售就会进入健康循环。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](http://www.100test.com)