

确定站点的目标：站点的访问者 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\\_\\_E7\\_A1\\_AE\\_E5\\_AE\\_9A\\_E7\\_AB\\_99\\_E7\\_c40\\_61693.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/61/2021_2022__E7_A1_AE_E5_AE_9A_E7_AB_99_E7_c40_61693.htm) 站点的访问者正如无法提供市场上所有的产品那样，公司不能指望在互联网上获得任何冲浪者的欢心。公司所能做的，就是像它在传统业务领域里对市场进行细分那样，对冲浪者分类，寻找符合公司战略发展的访问者，即网络营销对象，优先满足他们的信息和服务需求。正如前面按照性质进行分类那样，电子商务有B-B和B-C两类不同的模式。公司营销对象可以由此分为组织和个人。这种初步分类是远远不够的。针对前者，可以按地域、经济、文化等进行细分；针对后者，可以按年龄、性别、收入等进行细分。公司营销对象不同，商务站点所要到达的目标和呈现的风格就不同。对营销对象进行识别和归类，并以此为根据设立商务站点，就可以更好地为目标受众服务，提供更相关的产品和服务，从而更易取得电子商务的竞争优势。当然，公司应该从擅长的产品和服务出发来界定访问者，而不能为增加访问者而改变在传统市场上的制胜法宝。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)