

考试辅导企业网络营销时须做的几件事情 PDF转换可能丢失
图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/62/2021_2022__E8_80_83_E8_AF_95_E8_BE_85_E5_c40_62047.htm

1.明确目的。在任何的商业计划中，一定有非常明确的目的。其实网络营销是个很大的概念，但我一直认为网络营销是企业整体营销的一个辅助和补充，任何的网络营销都必须遵从从一个主体或者说有个明确的目的。没有目的的网络营销是无法开展工作的，也没有任何实际的效果和效果检验的标准。因为网络营销换来的，不仅仅是在网络中的知名度和品牌效益，有可能对于一个企业来说是种质的飞跃。那么目的就一定要明确。究竟是以一个产品的推出为主还是需要企业品牌复合提升。前者的最好的实例就如同nike和pepsi-cola的产品推出，他们的策略就在于强势的去推某一种商品，因为对于他们的知名度而言，已经深入人心，于其大范围的推他们各个层次的产品，不如就一点，以点带面的去做。提高产品的销售额就是他们的目的。而另一种就比如像建设银行等等，虽然在老百姓中，建设银行是个比较不错选择，但其在潜意识中，建设银行无疑是和工商银行等银行划成对等符号。那么建设银行需要的是整个的品牌，他们需要种公益性质的东西，以提高在老百姓心中的形象值。从建设银行在各大网站的广告中就明显看的出这样的攻关策略。

2.调查。之所以我用这样两个词语，我确实不能具体的使用某个如同“市场调查”等词语来代替。有人也许会问我：“为什么要调查，调查些什么呢？”很简单，套用一句话来解释就是“没有调查就没有发言权”，任何企业的决策都是有依据的，依据在哪里？难道说需要等到市场

已经开始反噬的时候才开始做出反映吗？不是，在网络营销策略中，“调查”的含义就更加广泛化，调查的具体内容我建议为：(1)调查企业客户对象 大家都在谈企业建网站，网络营销，那么你做网络营销做网站给谁看？给企业的客户！那么你是不是该知道您的客户需要什么？想要什么？想从你身上得到什么？在商品经济日益发达的社会，任何一条有价值的信息都有可能会彻底的改变一个生存状态。那么此项调查非常重要，很多人都不重视这一点，甚至直接忽略掉。通过了解自己的客户，可以知道客户在想什么，需要什么，可以通过此了解市场的潜在走向，把握住这个，及时调整策略。还会怕客户流失吗？还怕没有客户上门吗？(2)调查同行 其实这个和传统意义上的“市场调研”一样，了解对手，在市场调研中一个很重要的涉及“调查问卷的设计”里有个很重要的设计理念，就是同比同行，了解同行，不是去打击，而是想超越，高手之间过招往往一招至人于死地，那么不停的去树立竞争对手，不停去了解他们的走向，在整个调查过程中，可以熟悉对手的整体策略，找出优劣，避其锋芒，然后提出针对性的策略。莫博涅的>中提到：“了解对手，跳出红海，跳出恶性的竞争，走向未开发的蓝海。”这样的策略就是建立在对行业脉搏的把握上的。还等什么？赶快做吧！3.听取专家的意见这一点在我看来是感触颇深的，在具体项目的操作过程中，很多客户都喜欢从中插手，按照他的想法来操作，对于这样的现象我很奇怪：你既然需要这样的服务，不按照提供的策划的策略来做，都按你的思路来，那你就该很了解，还要专家做什么？诚然，我的一贯观点是：在具体的网络营销策略制定之初，客户的建议和叙述都是最具有效的

参考材料，毕竟他们对他们的企业和行业才是了解最深入的，但整个网络营销策划与方案制定完成后就该得到执行，曾经我和柳焕斌聊天的时候也谈起，现在最大的问题是客户指导专家，客户带动执行者，方案得不到有力的执行。一个不怎么懂行的去领导一个懂行的，会产生什么效果我不说大家也知道，那么最好的方案是什么呢？策划师和网络营销案制定者在策划之处必须详细了解客户的具体情况，客户在这样的时候尽最大可能提供全部能提供的资料，然后积极的配合执行者，了解每一步的走向，分析实施效果，而不要去干预，你既然相信他才会找他做这个，既然不相信你找他做什么？4,不要盲目的相信网络营销，提高本身竞争力才是关键网络营销不是万能的，我有听过很多商务人员吹嘘网络营销是如何的有效，如何带来利益。这样的吹嘘让我感到害怕，网络营销不是起死回生的救命药。它只是种手段，好好利用能大幅度提高整体的效果。所以我给大家的建议是，需要这个的之前，反复的想想：我需要做这个吗？为什么？做到以后我又怎么促进企业本身的发展？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