

生产类企业的网上服务 PDF转换可能丢失图片或格式，建议  
阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/62/2021\\_2022\\_\\_E7\\_94\\_9F\\_E4\\_BA\\_A7\\_E7\\_B1\\_BB\\_E4\\_c40\\_62280.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/62/2021_2022__E7_94_9F_E4_BA_A7_E7_B1_BB_E4_c40_62280.htm) 生产类企业的网上服务

按营销学的观点，发展一个新客户比维系一个老客户要多花5倍的钱。当企业将传统领域中的产品服务和技术支持搬到网上，给客户以最大的便利时，无疑会缩短与客户间的距离，不仅能提高工作效率，还能及时准确地收集客户的反馈，从而有效地维系新老客户。就网上销售本身来说，生产企业通过服务来增加产品的价值，是提高产品在网上电子市场中的占有率和竞争力的明智之举。传统上，企业只把要出售的货物当作产品。而希望避免卷入价格战的企业必须把产品的定义加以扩充，使之不但包括要出售的货物，还要包括各种服务、各种商业过程以及信息，并据此制定出相应的政策使产品的各个组成部分都增值。因此，通过网络开展服务和提供技术支持是企业电子商务应用的一个重要方面。通常在网上提供服务的方法有：1.提供FAQ，即常见问题解答Microsoft公司的网站中有非常详尽的“Knowledge Base”，对于用户提出的一般性问题，在网站中几乎都有解答。同时该网站还提供了一套有效的检索系统，让用户在众多的文档中快捷地查找到所需要的东西，这不仅大大方便了用户，也可以“抵挡”庞大的客户群中产生的大致相同的问题。2.提供技术咨询，为用户答疑解惑与FAQ相比，这部分工作的内容一般是解答相对深入且不是经常碰到的问题，特别是故障之类的问题。这类问题如果能够通过网页比较清楚地表达出来，甚至一步一步列出解决问题的每个环节，就可以让用户在页面的提示

下自己解决问题，并因此树立网站在客户心目中的可信度。目前国内外许多IT企业比较注重这一点，如各软件公司几乎都在自己的网站中提供免费升级和技术支持。

3. 营造一个与企业的产品或服务相关的网上社区用户可以自由地参与这种网上社区的活动，同时这种服务能够吸引更多潜在客户参与。利用在线Chat可以让客户们对企业的产品及服务品头论足，国外有的企业甚至提供售后人员通过web与客户实时交流沟通的渠道。相对于比较复杂的在线Chat而言，BBS对国内的企业来说是简单实用的方法。但是要真正做到有问必答，网上解决不了的问题马上用传统的方式加以解决。如果网站设置了在线Chat，答案却寥寥无几，则反而会损坏企业的形象。

4. 建立自己的电子邮件组这是很多企业采用的一种有效方法。由于参加邮件群组的访问者都是自愿的，而且都是对同类问题有着共同的兴趣，所以该方式的效果比漫无目的、轰炸式的电子邮件广告好得多。

5. 提供动态的处理进程信息对一些特殊服务，将处理的进程随时展示给客户，是让客户放心的有效服务方式。在这方面最典型的例子是美国联合包裹服务公司的UPS。客户委托UPS往美国投递包裹后，即可进入UPS网站的“途中查询”栏目查看其包裹的投递情况。“UPS跟踪系统”提供在线查询行进中的包裹信息，进入其中后，货主只要输入发货时系统自动生成的一个惟一货物标识码，或扫描存根上的条码，就能在任何时间、任何地点得知货物当前的位置，用户也可用发电子邮件的方式查询。

6. 增加信息的价值企业应当为客户提供一系列可增值的信息，如供应商的生产能力，产品前景预测，材料的安全性数据，产品设计、保修和送货条款等，这些信息对于客户来说都是很关键的。信

息的价值还体现在其时效性上。对于客户经常想要获得的新产品或技术服务、办公设备及消耗性用品、生产设备的零部件、生产原材料等需求信息，企业可以通过网页保持这类信息的实时更新与准确性。

7.充分利用网络中现有的信息资源将与企业的业务有关的其他网站的网址分类列出，让客户根据自己的喜好去调阅，既可以扩大信息来源，也可以为客户提供更全面的服

8.建立一对一的服务方案企业为每一位客户制定一种提供相应服务的方案，包括送货(例如提供24小时送货服务，1小时以内送到)、安装、培训、维修、整修、租赁及回收等服务。总之，对企业来说，网上服务必须以客户为核心，在产品从生产到销售的整个过程中随时保持与客户的交流，并通过网络向用户提供快捷、及时的产品服务和

技术支持。 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)