

生产类企业的网上产品销售：网上销售的市场选择 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_62281.htm 生产类企业的网上产品销售

企业网上销售产品的市场选择

- 1.网上市场能否节约交易成本通过更有效率地处理，降低交易成本是当前企业参与电子商务活动的首要原因。一个企业从生产经营到产品销售的过程中有许多环节是可以精简的，企业应详细分析整个业务处理过程，特别是销售过程，以便发现网上市场节约成本的环节。
- 2.该产品的电子商务市场是否发展得很快。虽然从总体来说，电子商务市场的潜在利润越大，企业界建立它的热情就越高。但是，还需要考虑另外一些因素。当一个企业关键产品的电子商务市场发展得很快时，该企业和他的竞争对手就有动力迅速建立起一个电子商务市场，以便获得先行优势或建立进入壁垒，这对买方、卖方和中介商都适用。通常，一种产品的电子商务市场的发展速度取决于两个方面的因素，即当前交易的无效率程度和买方的成熟性。交易的无效率是由信息的不对称、产品分销层次过多、分销体制过于复杂、供求双方太分散等原因造成的。消费者的成熟度通常与消费者确定具体产品的能力、对产品差别化的证确理解等因素有关。交易无效率程度高和消费者成熟度高的产品类型，如维修服务、个人电脑、旅行服务、网络产品等最有可能进入电子商务市场。Dell公司正是看到个人电脑上网销售的市场前景，迅速建立起自己的销售网站，开拓了新的网上市场。对于那些快速变化的产品，购买者的战略应该是尽量多地利用电子商务市场，以便节约成本；而供应者的战略则应是利

用电子市场以获得更多的消费者，并阻止或推迟买方控制型市场的形成；中介商的战略则是集中精力吸引市场买卖双方中的关键群体参加到它的电子市场中来。3.企业是否具有较高的市场份额和市场优势为了确定什么样的市场战略对卖方最有效，需要考虑卖方的市场优势和产品的品牌知名度两个因素。如果某企业是这个行业的主导厂商，且其产品具有明显的品牌知名度，那么它就应该考虑建立自己的网站来销售产品。作为路由器市场的主导厂商Cisco公司，就是利用它的品牌知名度在其网站上获得大量的客户。而那些缺乏足够的市场优势和品牌知名度的厂商，则可借助其他网站同时进入多个电子商务市场，以扩大自己的销售范围。对于买方，电子商务市场战略的选择略有不同。这里关键的因素是买方的采购量和潜在供应商的数量。对于有许多供应商且采购量特别大的购买者可以建立自己的网站，或者用与其他大买主合作采购的形式进一步加强买方的市场势力。合作采购的形式还适用于许多小买主的联合采购，对于有大量供应商的小买主则可以利用企业集市(Business mall)，以便对更多的供应商进行比较。另外，由于供应商之间同样存在着激烈的竞争，在这种情况下，招标采购也是一种可行的方式。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