

网上购物之路浅析购物网站的经营要素 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_BD_91_E4_B8_8A_E8_B4_AD_E7_c40_62317.htm 在Jupiter

Communications的一份关于电子商务网站的调查中，出现了一些值得人们注意的数据：儿童网站并不容乐观。虽然在Internet上有很多针对青年和儿童的网站，但是在所调查的600多个网站中，只有不到10%能够真正按照网站产品的分类进行购买；顾客在最终结算时存在疑虑。购物顾客中有四分之一的人在结算之前取消了定单……这只是关于美国电子商务网站某一调查的一部分内容，说明在网上购物方面还有很多问题有待解决。但是，这并不能阻碍网上购物的快速发展。近来，在媒体上吵吵了一年多的电子商务，终于有了些许实在的动静，一些网上商店陆续推出，风头最火的是网上拍卖网站。本文通过对国外电子商务网站的横向研究，总结出经营网上购物网站一定会涉及到一些因素，诸如信息组织结构，价格策略，在线付款，产品递送等问题，供国内的网站经营者参考。

一、网上购物网站的信息组织要素

网上购物自身具备的24×7的模式与即时互动方式已经吸引了很多购物者的注意力。这类购物网站能够随时让顾客参与购买，更方便，更详细，更安全。要达到这样的网站水平就要使网站中的产品有秩序、科学化的分类，便于购买者查询。把网页制作得有指导性和更加美观，来吸引大批的购买者。

1、网站设计要素（Web Design）

确定网站设计风格时，首先要参看一些网站的样板，并了解几家提供网站设计公司的意见，更重要的是向您的目标顾客询问，他们对购物网站的感觉，究

竟喜欢什么样的风格。并考虑怎样的设计才能更加有效的吸引住顾客。通过以上的参考，网站最终还是要由您自己完成，您需要决定与顾客之间的交互程度，购物车（Shopping Cart）和结算提交（Checkout）方式等，从而构造一个具有自身特色的网上购物网站。

2、分类体系（Catalog）一个好的购物网站除了需要销售好的产品之外，更要有完善的分类体系来展示产品。所有需要销售的产品都可以通过相应的文字和图片来说明。分类目录可以运用根目录和子目录相配合的形式来管理产品，顾客可以通过点击产品的名称来阅读它的简单描述和价格等信息。

3、购物车（Shopping Cart）对于很多顾客来讲，当他们从众多的产品信息中结束采购时，恐怕已经不清楚自己采购的东西了。所以他们更需要能够在网上商店中的某个地点存放所采购的产品，并能够计算出所有产品的总共的价格。Shopping Cart就能够帮助顾客通过存放购买产品的信息，将他们列在一起，并提供产品的总共数目和价格等功能，更方便顾客进行统一的管理和结算。

4、信用卡支付（Credit Card Payments）既然在网上购物网站购买物品，自然就希望能够通过网络支付。丁U庵值缙西纸鸢俏颐蓄L致鄞幕疤猓舱鞘芳饺嗣歉喙刈幕疤狻4庸獾那榭隼捶治觥窀敢馐褂眯庞每粗叮蛭奖恪V劣谥泄瞎何镣救绾谓饷觥颐墙谕孛慕蟹治觥

5、安全问题（Security）网上购物网需要涉及到很多安全性问题（例如：密码、信用卡号码及个人信息等）。如何将这些问题处理得当是十分必要的。从国外的发展情况来看，有许多公司或机构能够提供安全认证（例如国外的Secure Sockets Layer（SSL）证书）。通过这样的认证过程，可以使顾客认为比较敏感的信息得到保护

。但经过比较长期的实际运作，国外的网站对于安全问题已经基本达成一个良性的共识，安全已经不再是困扰网站发展的瓶颈。

6、顾客跟踪（Customer Tracking）在传统的产品销售体系中，对于顾客的跟踪是比较困难的。如果希望得到比较准确的跟踪报告，则需要投入大量的精力。然而网上购物网站解决这些问题就比较容易了。通过顾客对网站的访问情况和提交表单中的信息，我们可以得到很多更加清晰的顾客情况报告。谁访问了您的网站？从哪里访问的？访问了哪些网页？最为重要的是顾客对什么产品感兴趣？他们到底购买了什么产品？这些都对产品的进一步销售有巨大的影响力。

7、产品促销（Merchandising）在现实购物过程中，人们更关心的是正在销售的商品，尤其是价格。通过网上购物网站中将产品进行管理和推销，利用网页的安排和设计技巧，使顾客很容易的了解产品的信息。对于一些复杂的产品就可以采用交叉式的促销策略，针对不同的客户群采用不同的服务方式。

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