

传统营销渠道与网络营销渠道的区别：费用分析 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__E4_BC_A0_E7_BB_9F_E8_90_A5_E9_c40_62813.htm

传统营销渠道与网络营销渠道的区别 3.费用分析在网络营销中，无论是直接分销渠道还是间接分销渠道，较之传统营销的渠道结构都大大减少了流通环节，有效地降低了交易成本。企业通过传统的直接分销渠道销售产品，通常采用两种具体实施方法：第一种方法是直接销售，不设仓库。例如，企业在外地派驻推销人员，但在当地不设仓库。推销人员在当地卖出产品后，将订单发回企业，由企业直接把货物发送给购物者。这种方法，企业需支付推销员的工资和日常推销开支。第二种方法是直接销售，但设立仓库。在这种方法中，企业一方面要支付推销员的工资和费用，另一方面还需要支付仓库的租赁费。通过网络的直接分销渠道销售产品，企业可从网上直接受理来自全球各地的定货单，然后将货物寄给购物者。这种方法所需的费用仅仅是网络管理人员的工资和低廉的网络费用，驻外人员的差旅费及仓库的租赁费用等都不需要了。通过传统的间接分销渠道销售产品，必须依靠中介机构，而且产品由生产单位流转到最后用户手中，中介机构常常不止一个。中介机构越多，流通费用就越高，产品的竞争能力也就在这种流转过程中逐渐丧失了。网络的间接分销渠道完全克服了传统间接分销渠道的上述弱点。网上商品交易中心之类的中介型电子商务网站，完全承担起信息中介机构的作用，同时也利用其在各地的分支机构承担起批发商和零售商这类传统中间商的作用，网上商品交易中心合并了众多的中介机构使

其数目减少到一个，从而使商品流通的费用降低到最低限度。合理的分销渠道，一方面可以最有效地把产品及时提供给消费者，满足用户的需要；另一方面也有利于扩大销售，加速商品和资金的流转速度，降低营销费用。有些企业的产品尽管有质量和价格上的优势，但缺乏分销渠道或分销渠道不畅，无法扩大销售，这样的例子是屡见不鲜的。在市场经济条件下，无论是哪一个国家或生产者生产出来的符合市场需要的产品，只有通过一定的分销渠道，才能在适当的时间、地点，以适当的价格销售给广大用户和消费者，满足他们的需要，从而实现企业的营销目标。在网络营销组合策略中，销售渠道策略与产品策略、定价策略等一样，是关系到企业能否成功地通过网络将产品打入市场、扩大销售的重要策略。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