

网上市场的定价策略：免费策略 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\\_E5\\_B8\\_82\\_E5\\_c40\\_62822.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/62/2021_2022__E7_BD_91_E4_B8_8A_E5_B8_82_E5_c40_62822.htm) 网上市场的定价策略 4.

免费策略在网络营销中，一些企业通过实施免费策略来达到营销的目的。在网上，人们普遍使用“免费电子邮件”，获得各种“免费软件”、“免费电子报刊”等，这并不是传统市场中商家使用的那种“买一赠一”的销售手法，而是实实在在的经营行为，因此不妨将其称为“零价格策略”。这看来有悖常理的举措，却是企业在网上进行商务活动的策略之一。有人说，在网上最稀缺的资源是人们的注意力。因此要吸引住顾客，提供免费产品和服务可能是最直接和最有效的手段。这种方法会产生对某种产品和功能的需求，进而挖掘其潜在的市场。例如，某个网站用提供免费电子邮件吸引用户，在积累了一定用户的具体资料后，其经营者便可将这些资料有偿提供给需要这些资料的厂商，以此来获利。从1994年开始发展，至今已成为世界著名的信息服务企业的Yahoo正是沿着这样一条道路成长的。作为一个ICP，Yahoo提供各种免费的信息和免费电子邮件吸引浏览者，以此换取访问人数的增加，扩大自己网站的宣传效果。当它成为Internet上的重要网站时，Yahoo便开始寻找广告商和资助人，并以此来促进企业的发展壮大，如今Yahoo网站以其日均600万人次的访问量，在网络市场中获得了与IBM、DIGITAL等商业巨头合作的筹码。同样，拥有1000多万用户的AOL公司的发展，在很大程度上也得益于其推出的一系列免费的服务，如今其巨大的客户资源为众多的广告商所看中，由此广告费就会滚滚而

来。1998年，微软收购了Hotmail站点，看中的当然不是Hotmail的免费电子邮件系统，而是它的1000万用户。不仅是网络商，对于软件制造商来说，通过免费下载和试用来吸引用户，等后者了解和熟悉了该软件的功能或尝到一些实用后，进一步的使用就需要向软件制造商支付费用了。这就是软件产品最独特的“锁定用户”作用。有的软件制造商还以极低的注册费在网上推销客户端软件，又以相当高的价格向硬件供应商、系统集成商或网站建立者销售他们的服务端软件，从而达到获利的目的。Bill Gates网上盈利战略的主要手段就是将自己的Internet浏览器与其他软件组合到一起，再附带一些免费的信息吸引上网者以此达到击败竞争者的目的。网景公司当初如果不是免费送出网景浏览器(Navigator)软件，就不会拥有强大的市场占有率。免费也能赚钱，尤其是先免费，后赚钱，这或许正是网络营销独特的价格策略之一。

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)