

第十四章网络营销策略：小结 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/63/2021_2022__E7_AC_AC_E5_8D_81_E5_9B_9B_E7_c40_63597.htm 本章所讨论的几种营销策略中，产品策略是企业制定市场营销组合战略的基础，价格策略、渠道策略和促销策略都必须围绕产品策略进行。产品策略中的是重要因素是产品，网络营销中的产品各有自己的特点，但目前在网上经营的产品主要以无形的服务产品和匀质产品为主。传统的产品组合策略在网络营销中也是完全适用的。网络环境下的新产品开发，具有其特殊的优势，企业可充分利用互联网这一媒介，实现从产品构思、设计、制造到进入市场的开发全过程。在网络市场中，进行品牌的建设与管理是提高企业市场竞争力的重要手段，因此要重视域名的商业价值，发挥域名的虚拟商标的作用。网络品牌是传统品牌的延伸，并具有更广泛的包容性。企业可采取借助原有传统品牌的优势或以自己的经营特色创建网络品牌。网络营销以满足用户需求为其基本的定价策略。在具体的实施中除诸如折扣这类传统的价格策略外，还可以采用网络营销中所特有的免费策略。网络促销分网络广告促销和网站促销两种形式。网络广告具有传统广告无法比拟的种种优势。企业可采用自建网站或借助他人网站、通过广告交换网络等方式发布自己的广告。目前网络广告主要以CPM收费模式。网络广告的效果可通过发布广告网站上安装的统计软件或权威的评估机构进行评估。在广告促销上要省事重广告本身的策划和选择合适的网络广告服务商。总之，网络营销并非简单地将传统营销方式照搬到网上。企业应根据自己的产品、市

场环境、竞争态势等，结合网络营销的特点，充分利用Internet这一新的销售手段和媒体，制定适合网络市场的营销策略，整合产品、渠道、价格以及促销策略，使之相互直辖市，从而顺利进入网络这一营销新领域，在竞争中发展壮大。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