

电子商务战略实施与控制：电子商务战略的规划和执行 PDF  
转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/64/2021\\_2022\\_\\_E7\\_94\\_B5\\_E5](https://www.100test.com/kao_ti2020/64/2021_2022__E7_94_B5_E5)

[\\_AD\\_90\\_E5\\_95\\_86\\_E5\\_c40\\_64188.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/64/2021_2022__E7_94_B5_E5_AD_90_E5_95_86_E5_c40_64188.htm) 电子商务战略的规划和执行 公司在确立采取电子商务战略后，要组织战略的规划和执行。电子商务不是一种简单的新营销方法，它是通过采取新技术来改造和改进目前营销渠道和方法，涉及公司的组织、文化和管理各个方面。如果不进行有效规划和执行，该战略可能只是一种附加的营销方法，它不能体现出战略的竞争优势，相反只会增加公司的营销成本和管理复杂性。策略规划分为下面几个阶段：(1)目标规划。在确定使用该战略同时，识别与之相联系的营销渠道和组织，提出改进目标和方法。(2)技术规划。电子商务很重要一点是要有强大的技术投入和支持，因此资金投入和系统购买安装，以及人员培训都应统筹安排。(3)组织规划。实行数据库营销后，公司的组织需进行调整以配合该策略实施，如增加技术支持部门和数据采集处理部门，同时调整原有的推销部门等。(4)管理规划。组织变化后必然要求管理的变化，公司的管理必须适应电子商务需要，如销售人员在销售产品同时还应用记录顾客购买情况，个人推销应严格控制以减少费用等。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)