

电子商务师指导：电子商务案例分析十 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_AD_90_E5_95_86_E5_c40_64457.htm 王者之尊 ----通用汽车

网络营销策略分析 1999年9月27日至29日，第五届《财富》全球论坛在我国上海顺利举办，来自世界级顶尖的500强跨国公司的顶尖人物云集沪市。关注历年《财富》杂志评选的世界500强名单，人们会发现，有一家企业连续多年排名第一，这就是通用汽车公司。1998年年营业收入1781.74亿美元，这一数字超过了“中国工业500强”的销售总额。通用汽车公司(www.gm.com)是世界上最大的汽车公司，它是由威廉杜兰特于1908年9月在别克汽车公司的基础上发展起来的，成立于美国的汽车城底特律。除生产销售汽车外，还涉足航空航天、电子通讯、工业自动化和金融等领域。从汽车产量看，该公司占美国汽车产量的一半左右，而小轿车则占60%左右。通用汽车公司在美国最大五百家企业中居首位，在世界最大工业企业中位居第二。通用汽车公司在美国本土共有六个轿车分部，分别为别克分部、奥兹莫比部、凯迪拉克部、雪佛莱部、旁蒂克部及GMC部，另外在世界各地还有不少分公司，其中通用欧洲公司最大，欧宝和弗克斯豪尔两家的汽车年产量已过百万。不久前，通用又收购了世界上最先进的跑车研究生产部门英国的莲花汽车工程公司，使通用汽车家族再添实力。通用汽车公司是美国最早实行股份制和专家集团管理的特大型企业之一。通用汽车公司生产的汽车，典型地表现了美国汽车豪华、宽大、内部舒适、速度快、储备功率大等特点。而且通用汽车公司尤其重视质量和新技术的采用。因而通用汽车公司的

产品始终在用户心目中享有盛誉. 在通用的站点上, 我们可以了解到通用的历史, 现在, 并预测到未来. 整观通用的站点, 我们会发现, 通用在网站的设计上, 充分利用了网站的分帧分层, 即连续又间断的特点, 将营销主题以渗透性的表现手法化解在各层各页上, 具备十足的商业感召力. 在首页设计上充分体现了"关系唯上, 客户至尊"的营销主题, 阐明了通用是始终一顾客为中心的营销思想. 通用汽车在其品牌优势的基础上, 致力于建立与强化和公众的关系, 利用互连网辐射力开展关系营销. "企业自身目标应放在管理客户关系组合上, 而不是放在管理一种产品组合或资产组合上, 这样就可通过积极有效的获取发展并保持客户关系, 最终使企业价值最大化."通用网站的设计正是抓住了这一营销主体, 并始终体现这一主体. 网站按公司和产品两大部分来组织内容, 配以经销商的评价, 或是公司管理层对企业方针的阐述, 而背景多为春风得意驾驶的各国顾客, 这既体现了通用的顾客分布全球, 更突出了通用一贯以人为本的营销思想. 在信息组织脉络上, 分为产品介绍, 企业介绍和汽车导购. 使访问者不但可以查询到遍布世界的汽车经销商, 零售商和各种型号汽车制造分厂的目录, 还可以查阅到通用汽车的历史和新闻及汽车求职等消息, 更可以向访问者提供多渠道多选择的产品查询与购买方案规则, 网上汽车导购成为站点不变的主题. 同时, 通用汽车公司希望自己新建立的B2B网站(GMBuyPower.com), 能在今年年底之前达到500亿美元的销售额. 另外, 通用汽车公司还计划通过和主要的互联网企业结成联盟, 使网站的访问流量比去年增加10-15倍. 通用汽车公司还将加大在消费类电子商务市场上的投入力度, 计划在今年年底之前, 让自己每年高达870亿美元的采购业务全部通

过TradeXchange电子商务系统来完成. 分析家指出, 这意味着在今后5年时间里, 通用汽车公司有望每年增加50亿美元的收入. 1921年通用汽车远东办事处从马尼拉迁至上海, 促进了别克在中国的销售业务, 别克已开始进口到中国. 1929年通用汽车中国公司在上海成立; 首家别克销售办事处同时在沪开业. 30年代, 别克已成为中国政界要人、名流巨富的首选坐骑之一. 1935年通用汽车中国公司在国内25个不同的城市建立别克经销商网络. 1940年通用汽车中国公司在国内建立8个汽车流动维修站, 成为中国第一个提供此类服务的汽车公司. 今天, 别克的风采再次在神州大地展现. 1997年6月上海汽车工业(集团)总公司与美国通用汽车公司合资组建的上海通用汽车有限公司(www.shanghaigm.com.cn)在沪成立. 1998年12月17日第一辆由上海通用汽车生产的别克轿车正式下线. 1999年4月12日上海通用汽车正式批量生产GL、GLX、新世纪三款别克轿车。在中国制造的别克轿车, 保留了其品牌的优良传统: 世界水平的技术和服务质量, 将为中国市场的消费者提供世界级轿车的全新体验. 在上海通用的网站上(如图), 紧贴不久前在北京汽车展上推出的别克GL8公用商务旅行车, 将该款新车的图片放在了首页. 作为首辆国产中高档旅行车, 别克GL8以其独特的“一车多用”的优势充分满足当今商界人士对于车辆功能日趋多元化的需求. 在突出其多功能性的同时, 别克GL8承袭了别克品牌汽车一流的安全性、舒适性和高能性. 同时, 网站还对其它各款新车做了介绍, 并且列出了遍布全国的零售商网络, 以方便各地购车人. 在整体设计上, 突出了通用的魅力和服务无限的宗旨. 例如在别克魅力的首页中, 除四款新车以亮丽的色彩出现外, 整个页面以灰色调为主, 浅淡的色彩给人一

种视觉上的亲和力,在"别克魅力"这幅图片中,蓝灰色的图片充满的动感,强调了别克的优良性能及高速度的追求.通用汽车中国日前正式启动公司改版后的网站(www.gmchina.com).该网站以中英文两种语言向广大互联网用户提供有关通用汽车公司相关产品、合作及服务领域的最新信息.通用汽车中国部总裁善能先生指出:"在众多国外汽车制造商中,通用汽车是第一家在中国建立双语网站的公司.该网站内容广泛而且是专门针对中国市场设计的.随着互联网在中国的迅速发展,建立一个信息丰富并以客户为中心的网站对于通用公司来说是非常重要的.通用汽车中国网站向广大用户提供了大量信息,其中包含面向内地及香港市场销售的别克、欧宝、凯迪拉克及雪佛兰等产品的相关信息,还有客户服务信息.用户可以保修登记表格,查寻最近的通用汽车授权服务中心或零部件供应商,还可以查询某一特定产品的信息.此外用户还可查询通用汽车中国合资厂的背景资料及通用汽车中国发布的最新消息.通用的站点将通用汽车各项规格指标与竞争对手加以比较,以专业技术的开放性战略使之不落后于微软等信息技术网站的"汽车销售点"网站的发展,通用公司将该站点视为客户信息,客户联系技术,以及客户经济状况的采集窗口,既是客户与企业的联系纽带,又是企业客户信息管理的外延.在互联网呈指数级增长的今天,通用将如何保住自己在世界经济领域的地位,成为新一代的霸主,我们将拭目以待.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