

2006年电子商务商务师之企业的策略选择 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_2006_E5_B9_B4_E7_94_B5_c40_64969.htm 网络营销，它具体是由企业在网络上开设自己的主页，且在主页上开设“虚拟商店”，用以陈列、宣传其商品，顾客则可足不出户通过任何一步网络计算机进入其中，从浏览、挑选、下订单到支付货款都在网上完成，之后就可等待送货上门的营销方式。

一、网络营销的特征

1、真正以消费者为中心传统的大众媒体自上而下将信息传递给观众，基于这种媒体的传统的大众市场营销，虽然其经营思想是使产品尽可能满足市场的需求，但其市场信息的反馈却是间接的，迟缓的，这种延时性有时是致命的。网络营销是一种自下而上的营销方式，它更强调互动式的信息交流，任何人都可通过网络媒体发表见解。消费者可以直接将信息和要求传递给市场营销人员，大大提高了营销过程中消费者的地位，使他们由被动的承受对象和消极的信息接受者转变为主动参与者和重要的信息源。在整个过程中，企业与消费者保持持续的信息密集的双向沟通和交流，让消费者参与营销过程的方方面面，从产品设计、制作、定价到售后服务，真正体现了以消费者为中心的营销思想。

2、独具的时空优势传统的营销方式是以固定不变的销售地点和固定不变的营业时间为特征的店铺式销售。网络营销能充分适应人们作息时间的变化，打破零售业空间限制，为消费者优质消费创立了条件。Internet的全球性和即时互动性为企业、供应商和客户提供了一条相互沟通的新渠道，企业可充分利用互联网所形成的全球信息网络空间，面对全球的客户开展全球范围内

的营销活动。网络营销独具的时空优势为跨国营销、直销的企业提供了良好的发展机遇，但同时，企业所面临的也将是无国界、无差异的更加激烈的竞争。

3、全方位的展示功能

传统的零售业在店铺中虽然也可以把商品展示给顾客，但对一般顾客而言，对所购商品的认识往往是肤浅的，且易于为漂亮的外表所迷惑。网络营销可以全方位地展示产品或服务。对一些耐用消费品及其他复杂工业品来说，网络上的零售业可以利用WWW引人入胜的图形界面和多媒体特性，全方位地展示产品或服务的外观、性能、品质以及决定产品或服务的内部结构，使消费者完全认识了商品或服务再去购买。

二、网络营销的策略选择

网络营销的一个重要指导思想就是要尽最大努力满足单个消费者的特定消费需求，所以企业在网络营销的策略选择上，要立足于处理好与每一个顾客的关系，注重发挥互联网的独特优势，不断培养、提高顾客的忠诚度，确保销售持续增长。

1、慎选网络服务商（ISP）

任何一个企业要加入互联网都必须选一个ISP，它能给用户提供大量的可用信息。目前出现很多的ISP，业务范围各具特色，企业应仔细加以选择，应充分考虑ISP的技术条件和提供服务的种类和数量，从而全面衡量。

2、网址宣传

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