

什么才是电子商务不可替代的核心竞争力

电子商务师考试
PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/645/2021_2022__E4_BB_80_E4_B9_88_E6_89_8D_E6_c40_645048.htm 2009年7月23日，亚马逊完成公司史上最大规模收购，以8.47亿美元收购鞋类和服装产品在线零售商Zappos.com。创立于1999年的Zappos位于美国内华达州汉德森市，去年的总销售额超过了10亿美元，是全球最大的鞋类在线销售网站。据Forrester研究，到亚马逊购买影像制品和消费电子产品，到Zappos购买鞋类已然成为人们的网络消费习惯。亚马逊在收购Zappos前已对其“心生敬意”。为了与Zappos竞争，亚马逊曾在2007年建立过一个独立的站点Endless.com，也曾尝试在主站销售鞋类和手提包，但都技不如人。于是2009年7月23日，亚马逊终于下定决心，以8.47亿美元的代价收购Zappos，这也成为亚马逊公司史上最大规模的收购行动。对于什么是电子商务不可替代的核心竞争力，历来都有很多种说法。笔者尝试以Zappos的经典B2C电子商务成功案例来说明一些事情。Zappos的“掌门”谢家华的一些话值得拿出来与大家分享。“人们很早就知道，提供良好服务的企业都会很成功。但却没有人那么去做。”现在，我们如果再提起产品和服务，这会让很多营销人员提不起兴致来，似乎一夜成名的事件营销或公关营销更容易吸引他们的注意，产品与服务的话题说得太多、太久也太相似了。虽然都知道卖的基本点还是它们，但是同质化的产品与服务已经让人们很容易就筋疲力尽，早早放弃了。谢家华很直白的说，“Zappos是一家服务公司，只是碰巧卖的是鞋子。”在这里，我们的思维是，公司为客户提供好的服务

，从而与客户建立了关系。事实上也的确是这样。但是，在客户的心理，他们不是这么想，他们喜欢通过一个公司平台与公司内的人建立关系，然后认可这个人与他背后的公司。两者间的落差是微妙的。“没有哪个人愿意和公司或组织机构建立关系，人们所希望的是认识为公司工作的、公司背后的那些人，并与他们建立联系。”这是谢家华的观点，很好的对这一心理进行了解释。服务是细致的，它需要更多的创新思考。为了做好服务，加强与客户的联系与沟通，Zappos有400多名员工使用当今最流行的Twitter，与客户和社会公众进行交流。Zappos不仅设有公司主站zappos.com和企业博客blogs.zappos.com，而且专门开设了Twitter聚合站点twitter.zappos.com，用于实时发布员工Twitter以及Twitter上关于Zappos的各种评论。Zappos甚至还提供专门的培训课程，向员工教授如何使用Twitter。这样做的好处是多方面的，建立联系，加强沟通，提高关注度，服务客户，提升用户体验……与Zappos相反的例子很多，很多电子商务都直接将用户的体验漠视掉，比如用户迟迟打不开网站，将问题直接归因于用户网络问题；再比如，网站即时沟通工具反应不灵敏，或是网站支付接口受诸多限制等等。其实不好的用户体验常在我们自己身上发生。前不久，我搜索一家数字电子技术公司，想去了解他们公司最新的电子产品，搜索结果出来，我发现无论是Google还是百度都显示该网站有病毒，这让我顿时对该公司产生了很大的怀疑，一家正常运营的公司怎么会给别人挂上病毒呢？随后，我想到，该公司肯定不关注电子商务发展，这样的疏忽简直是对自己品牌的最大损害了，对网络用户也是极不负责任。就是因为这些问题，很轻易就

造成网站被用户所屏蔽，下次访问的机遇很小。有些网站认识到严重性，比如桂林旅游网，看到了网站访问速度对旅游电子商务的影响，尤其是入境游的影响，于是针对海外用户访问普遍慢的问题，对网站进行了全球加速，以保证全球每个访问者都能在5秒内访问到网站。为其加速的是一家叫海洋科技的香港公司，该公司技术人员称，如对网站进行加速，一般访问速度可提高到200%-500%，一般网站访问速度超过8秒将有50%左右的用户因失去耐心而放弃访问，这样的话，做再多的广告也无济于事，基于这点考虑，同时也是提升用户体验的一个好方法，做网站加速是电子商务必须考虑的。电子商务是一个开放的世界，越是适应它的开放性特征就越容易成功。那么，作为电子商务入口的网站，就一定要是一个高速、便捷、开放的平台，在这样的一个平台上才能更好的展示产品，提供服务，留住用户。我们最后来看一看Zappos的成果。Zappos是由顾客满意度和忠诚度来成就的，它几乎没有在传统广告或营销活动上投入过巨资，而是主要依赖公司的良好口碑和消费者的口耳相传，越来越多的人开始知道Zappos，并一次又一次地光顾Zappos的网上鞋店。据统计，目前Zappos的销售额中大约有75%来自回头客，新客人第一次消费额约为112美元，而回头客的平均消费额为143美元。Zappos的红火吸引了风险投资的1500万美元，Zappos很快增加了新产品，比如墨镜、皮包等。2006年开始盈利，2007年Zappos的第一家直销店在赌城拉斯韦加斯盛大开业，销售额达到8.4亿美元，《时代》则将其评为“你生活中不能或缺的25个网站”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