

电子商务中口碑营销的悄然转变电子商务师考试 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\\_\\_E7\\_94\\_B5\\_E5\\_AD\\_90\\_E5\\_95\\_86\\_E5\\_c40\\_645049.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/645/2021_2022__E7_94_B5_E5_AD_90_E5_95_86_E5_c40_645049.htm)

口碑营销不是什么新鲜玩意儿，在互联网领域口碑营销更是众多网站常用的手段之一，在电子商务方面则一样很重要！以前电子商务更多是依靠自身平台、产品的优势和服务质量被动进行口碑营销，现在越来越多的电子商务平台开始主动进行口碑营销，从被动等待到主动出击，电子商务的口碑营销正在悄悄发生着转变！因为我菜网，这段时间我一直在关注关于女性方面的电子商务平台、美容服饰电子商务的一些动态和发展，希望能有一些深度的合作将社区化本身与电子商务很好地去做一个结合；深入了解后才发现现在国内电子商务网站的白热化程度已经让人难以想象，从早先以提供优质服务、高质低价吸引用户来营造口碑效果，到如今主动出击吸引用户可谓风生水起。早期电子商务的低价吸引用户的手段现在似乎也在悄悄发生着改变，2008年凡客诚品搞了一个68元初体验的男装购物体验到今年199元4件衬衫，着实让人有些心动，不能不说着实吸引用户、以高质低价拉动用户是传统营销的主要手段之一。而在男装领域另一家HANY(hany.cn)则推出了更大手笔的营销活动，虽然没有用传统的打折低价来进行促销，但前一阵推出的“HANY大手笔万人法式奢华之旅活动”则是将互联网电子商务营销推向新的方向，免费赠送13140套法式衬衫则是将高端衬衫引入市井之中，让奢华的西式服装进入普通人的日常生活，不仅是一种电子商务的口碑营销和市场运作，更是一种时尚文化的引入与传播。来源:百考试题网

类似HANY这样的大手笔营销现在越来越多的电子商务平台在使用，将营销活动不仅局限于商品的折价低价上，而是将商品提升到另一个潮流、时尚、文化的层次，这样的营销在如今看来效果要远远超过前者，今年夏季的个性化T恤之风正是如此，相比传统商家低价的营销策略，个性化T恤将时尚、个性、文化有机的融合在一件小小的T恤之内，将T恤的营销以一种更高品味的方式推向大众市场不仅不需要低价促销反而赢得了更多的收入和回报。 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)