

电子商务环境下的企业营销策略研究电子商务师考试 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_645208.htm

随着电子商务的蓬勃发展，企业经营环境发生了深刻的变化。以产品为中心的传统营销策略已不能满足现实要求，为此，必须针对当前的电子商务环境重新构建企业的营销策略。

一、电子商务环境下企业营销主要策略

在电子商务背景下，传统的市场营销组合受到严重挑战，已经不能满足企业营销的现实需求。电子商务环境下企业的主要营销策略如下：

- 1.网络直复营销 网络直复营销的特点是直接与顾客接触，建立与每一个顾客的关系，与顾客互动性交流，在网上及时对顾客需求做出反应并迅速改进产品，从而更好地满足顾客的个别需求。在电子商务背景下的直复营销可以更好的对顾客加以区分，通过建立包含完整顾客信息的数据库，并将顾客的信息与销售额等数字联系起来，营销人员可以随时了解和分析每一位顾客的情况，以便与顾客进行有效沟通。
- 2.关系营销 关系营销是指企业在其营销活动中，要注意同中间商和顾客建立起互惠互利的合作关系，而不是单纯的买卖交易，巩固同中间商或顾客长期稳定的关系，使企业的市场份额得以稳定或提高。可见，关系营销的本质特征是信息沟通的双向性、信息反馈的及时性、营销活动的互利性以及战略过程的协同性，其根本可归结为交互性。关系营销的根本是拥有忠诚的顾客群，即拥有能同企业保持稳定的双向沟通、诚信互动的顾客群体。

二、电子商务背景下的营销渠道创新分析

在电子商务环境下，企业不仅要要将内部运作与网络后台服务商应用系统集成，还要

通过网络与企业外部的客户、供应商及其他渠道伙伴连接，实现渠道成员一体化，从而所有购买方和供应商的关系将通过互联网的连接，从简单分层结构转变为立体的网络结构。

1.营销渠道的建立 (1)建立电子商务平台，进行网络营销。网络营销是一种以消费者为导向，强调个性化的营销方式，具有极强的互动性，借助电子商务平台，企业可以更准确地了解目标顾客的需求，更方便快捷地把企业、产品、服务的信息传递给目标市场。真正实现一对一销售，与传统的营销有显著优势。(2)依靠电子商务整合传统营销渠道，实现渠道成员一体化。对重要中间商采取控股、结盟等方式加以控制，形成稳固的长期纵向合作关系，实现销售利益永久共享。这样既能充分利用中间商现有的网络资源，准确把握市场需求的变动，较好地满足市场需求，又可以控制住市场，减少渠道冲突，有效地规避风险。(3)依靠电子商务网站，使传统的营销模式向电子营销模式转化。依托电子商务信息平台，为现代化的营销渠道管理提供技术支持，即借助互联网，把产品销售、物流控制、信息沟通、客户管理及意见反馈有机结合起来，使传统的营销模式向电子营销模式转化，利用电子商务来解决传统营销渠道的低效率运作，以求以最短的供应链、最快的反应链、最低的成本来进行运作。

2.营销渠道控制分析 渠道控制是管理控制在渠道管理领域的具体应用。其主要目的,就是要通过建立有关机制,加强渠道成员之间的沟通，尽量减少渠道成员针对自己的投机行为,将渠道投机行为可能带来的损害控制在最小限度内。渠道控制的措施主要有：

(1)事前预防控制。企业首先要明确中间商的选择标准，并建立渠道成员之间的交流和沟通机制，通过与中间商签订合同

以约束其行为，还要建立营销渠道评估标准。(2)事中检查控制。制造商可以派渠道专员对分销商检查，看其是否执行厂家销售政策，例如销售价格、区域、促销、售后服务、信息反馈等，对违反合同者要予以制裁。(3)事后评估控制。经过一段时间的运作，企业要对分销渠道的绩效评估，依据有关标准给予分销商相应的奖惩，对不符合企业要求的渠道成员清理，必要时对渠道进行重新设计。

三、网络促销方式研究

网络促销是指利用计算机及网络技术向虚拟市场传递有关商品和服务的信息，以引发消费者需求，唤起购买欲望和促成购买行为的各种活动。网络促销活动主要分为网络站点促销和网络广告促销。

1.网站促销

企业通过建立自己的网站，在自己的网站上进行促销活动。企业可对促销的内容、互动方式等各种因素进行全面的、灵活的策划。建设网站的过程中应该注意以下几点：

- (1)选择域名。域名是连接企业和Internet网址的纽带，是企业网络身份的标志，它担负着表示站点和导向公司站点的双重作用。一个好的域名应该具有独占性、识别性、传播性，并且要根据常用搜索引擎的排名规则进行优化，争取在搜索引擎中的排名尽量靠前，吸引更多搜索者的注意。
- (2)提供有益信息。做好网站的关键是做好网站内容，吸引更多网友主动点击，掌握目标客户群的特性，设法替他们量身定制相关的信息内容，从而提高网站促销效果。
- (3)增加网站的可信度，建立网友信任。网站可信度对于网站访问者是否产生进一步的行为动机，如注册为会员、购买产品等将产生影响。影响网站可信度的因素表现在多个方面，比如网站企业的知名度、网站的功能和服务等，甚至一些细节问题都会影响用户的信心，如企业介绍过于简单、产品信息

不够全面、信息过于陈旧等等。网站可信度最基本的因素有网站的合法证书、个人信息保护声明、联系方式是否完整、网站信息的时效、对网站本身是否有详细介绍等。

2.网络营销广告

网络广告是一种常用的网站推广手段，由于互联网的互动性，网络广告不像传统广告那样大面积的播送，而是由消费者自己本身去选择。与传统媒体相比，网络广告有着独特之处，如传播范围广泛，不受地域时空限制；及时互动性，实现信息发送者和接受者的及时、双向沟通；改变传统广告单纯的“推”式，由受众主动向企业索要特定信息，形成推拉结合的方式；锁定目标，针对具体受众，提供有针对性的内容信息；采用网上广告管理软件，统计用户浏览的时间分布、地理分布、点击率、购买率，测算传播效果；能经常、快捷地修改内容，成本低，易于更新，可方便地创意多版本形式供交替使用。

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