

2009年电子商务考试复习题九电子商务师考试 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_2009_E5_B9_B4_E7_94_B5_c40_645350.htm 相关链接：2009年电子商务考试

复习题八 访问更多资料：2009年电子商务考试复习题汇总

电子商务运营条件 1. 网上消费者的含义。一般而言，网上消费者

是指利用网络技术进行信息查询、有购物欲望并有能力购买

商品或接受服务的组织或个人。 2. 按照网络消费者的消费

决策情况来划分，网络消费者可分简单型、冲浪型、接入型

、议价型、定期型和运动型 3. 网上消费者的心理特征：消费

心理个性化/消费的主动性增强/追求购买的方便和购物乐趣/

价格仍是影响消费心理的重要因素/消费心理稳定性减少，转

换速度加快 4. 影响网上消费者的因素：有限的网上购物经验

和知识/单一的网上购物形式 /缺少对网上购物行为的研究/网

上购物的商品类别的适应性问题/网上商店的设计问题 5.按照

企业建立电子商务网站的目的和要实现的功能分类（1）宣

传型商务网站（2）客户服务型商务网站（3）完全电子商务

运作型网站 6.按照网站的主体分类（1）行业电子商务网站

（2）企业电子商务网站（3）政府电子商务网站（4）服务机

构电子商务网站。 7.按照网站经营产品分类（1）垂直型网站

（2）水平型网站（3）专门网站 8.按照用途分类（1）门户网

站（2）中介服务网站 9. 网站的功能主要表现在八个方面：品

牌形象、产品/服务展示、信息发布、顾客服务、顾客关系、

网上调查、网上联盟、网上销售。 10. 建立电子商务网站的意

义：是时代发展的要求/树立良好的企业形象，提高企业知名

度/加强了企业与客户沟通，提高企业服务质量/有利于改

革企业的业务流程，提高企业管理水平 11. 网络营销的特点：
：无限的运作时空/公平自由的竞争环境/便捷有效的沟通渠道/
营销目标定位准确/经营成本降低/缩短供应链，提高经营效率/
营销形式丰富多彩/高技术条件支撑的营销手段 12. 营销策略的转变：
产品的销售和服务策略转向以满足消费者需求为中心/以消费者所能接受的成本制定产品价格策略/
以为消费者购买商品提供方便制定销售渠道策略/从传统的强势推销转变为加强与客户的沟通和联系 13. 电子货币的特征 (1)存在的形态不同 (2)电子货币具有依附性 (3)电子货币的安全性，不是靠普通的防伪味，而是利用现代信息技术。(4)传递渠道不同。传统货币传递花费的时间长。(5)计算的方式不同。(6)匿名程度不同。 14. 按电子货币的形态，可以分为以下三种：
(1)电子现金型 (2)电子银行卡型 (3)存款电子化划拨型。 15. 物流在电子商务中的作用：
物流是实现电子商务的保证/物流影响电子商务的运作质量/物流是实现电子商务企业盈利的重要环节 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