

中小企业如何利用电子商务应对金融危机 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_B8_AD_

[E5_B0_8F_E4_BC_81_E4_c40_645882.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/645/2021_2022__E4_B8_AD_E5_B0_8F_E4_BC_81_E4_c40_645882.htm) 中小企业如何利用电子商务应对金融危机 应对金融危机，仅仅依靠国家的政策支持是不够的，更重要的是中小企业应根据机制灵活的特点，通过不断自我完善来抵御金融危机。在目前情况下应自主创新，寻找各种可能的解决方案，渡过难关。“开源节流”是中小企业抵御危机的最佳解决方案，然而这种最常采用的解决方案也面临着巨大的挑战：一方面，劳动力和原料成本上涨，“节流”的实现非常困难。另外，在受到金融危机导致经济急速下滑的今天，“开源”难度更大。但在现今网络环境下，利用电子商务解决这些困难是可行的，应用电子商务有可能使中小企业在全球金融危机环境下实现逆境生存和发展。

一、积极创新，提升竞争力 在目前金融危机形势下，中小企业必须搞好创新，以增强企业的抵御风险能力，提高竞争力。在当前情况下，首先要实现观念创新，瞄准市场，了解市场动态，以变应变调整经营策略。其次，坚持以质量求生存，以质量求发展的观念，以质量赢得客户占领市场。第三，要树立全新的市场观念和时空观念，由于有了大容量、高速化、互动式的信息互联网，为企业按照新市场观念和时空观念进行市场营销提供了可靠的技术基础和条件。第四，实现企业生产流程管理创新，网络技术运用于企业市场调研和产品的设计开发、制造领域后，数字化定制生产将成为可能。第五，增强服务意识，提高服务水平，在电子商务环境下，市场竞争从内容到方式都发生了质的变化，服务竞争超越产品竞争，

成为企业之间竞争最重要的内容，不同的企业经营着几乎同质产品，顾客能否购买其产品，一定程度上取决于企业能否提供优质服务，不管客户身在何地，网络都是企业与客户之间交流的最佳媒介。因此，企业不可忽视利用电子商务手段开展无形服务，增强竞争力。

二、降低企业的生产运营成本

电子商务可以极大降低中小企业的生产、经营与交易成本。原材料的采购、产品的生产和交易等都可以集成到电子商务这个链条上，从而实现中间渠道缩短、广告促销费用降低，管理成本降低等等，这都将使企业的运营成本大大降低，增加盈利能力，在当前金融危机形势下，这是比较明智的“节流”选择。

1.进行工作流程的整合，减少不必要的分工

中小企业的工作流程中既有适应现代企业发展的部分，也有不适应的部分，电子商务的实施可以有效地依据企业的核心目标和任务，改变企业生产经营流程，撤销与目标不相关的冗余环节，减少不必要的管理层次，有效地节省人力和物力资源。

2.实施电子商务降低库存成本

产品生产周期越长，企业越需要较多的库存来应付可能出现的交货延迟、交货失误，对市场需求变化的反应也就越慢，企业供货的时间越长，它需要的库存就越多，其运转费用就越高，效益就越低，大量库存使得货物仓储成本上升，同时也使得企业对其的管理与维护费用提高，在当前金融危机情况下，中小企业融资困难，资金出现问题的时候，这些费用可能是致命的。但是电子商务环境下，生产企业对于客户的订单可以壹接通过网络接收，把客户对产品需求的相关信息，直接传送到自动化生产线上，最大限度地满足客户的需求，使生产出来的产品不需要存储到仓库中，而是直接运达客户手中。从而避免了为应付用

户的各种可能的需求而形成的大量产品积压，实现无库存生产。通过电子商务还可以加强企业间的合作，应用更多先进生产方式，使企业实现即时生产或精确生产，实现“零库存”，从而大幅度降低成本。

3.实施电子商务降低采购成本 目前大部分中小企业仍以供需见面等传统方式作为原材料采购的主要方法，花费大量的人、财、物力，而电子商务恰好可以弥补这方面的不足，成为减少企业采购成本支出的一种有效途径。实施电子商务后，生产企业可以通过互联网在全球范围内，寻找到更多适合自身生产需要的低价原材料生产厂家或供应商，而不再依赖于原有的几家固定供应商，从而大幅度减少采购费用，同时还可以大大降低其他辅助费用。

4.实施网络整合营销，降低营销成本，提高销售效果 中小企业能够将单方面主动传播和实施变为在网络上与顾客互动的沟通和交流，使销售效果更加有效。在市场营销中采用面对面的销售策略，可以大幅度减少销售成本从而使产品在价格上更具有竞争力，而传统的营销方式要做到这一点就需要企业消耗大量的人、财、物力去构筑销售网点。网络营销在这方面就显示出它的优越性。在互联网上，用户与厂商可以构建一对一的关系，所采取的是面对面的销售，由于减少了营销中的环节，节约了时间，使得销售过程中的时间成本也大幅度降低，这样就使企业有效降低了销售成本，使产品具有较大的价格优势。互联网的交互性，多媒体性使得企业可以利用Internet资源，建立个性化的电子商务网站，在网上进行企业宣传，展示自己的产品，树立企业形象，扩大企业影响，并进行促销活动，从而大大地降低了企业的促销成本，提高销售效果。中小企业可以利用网络发布供求信息 and 寻找合作

伙伴，还可以通过与客户互动进行产品测试和消费者调查，以达到更好的营销效果。借助于网络营销容易实现整合营销，即把顾客、原料供应商、产品分销商、仓储及配送部门整合在一起，实行供应链管理。缩短产品的生产与供货周期，提高营销效率、降低产品成本。利用互联网从事市场营销活动，可以远以更低的费用达到传统营销不能达到的市场，创造更多新的市场机会。由于借助于互联网进行整合营销，可使得营销具有超越时空的特点，实现每周7×24小时的营销活动，能够跨越地理区域的限制，使营销范围更广还可以实现与客户的在线互动，满足客户的个性化需求，让营销活动更有成效。中小企业可以根据自身的情况，在互联网上选择不足传统媒体1/5价格的网络广告，邮件列表和搜索引擎等工具进行营销，并将营销与交易结合为一体，使营销更具时效性。

三、根据扩大内需原则，寻求市场机会，不断开发新产品和服务 电子商务提供了多种市场搜寻(如市场调查等)工具，可为中小企业寻找新的商机和利润增长点。我国的中小企业中大部分为出口加工型企业，由于金融危机的影响，出口渠道缺失，生产停止，然而，国家扩大内需的政策为这些企业提供了复兴的机会，有一些如传统工艺、五金制品、特殊服务业等，大企业不愿意进入，产能形成空缺，这些空缺为中小企业提供了商机，虽然这类市场需求较小，但能满足特定用户群体的需要，生产能力受限的中小企业可以十分容易地进入这类市场。传统的生产模式是企业根据社会需要先设计，再生产，最后投放市场销售。在电子商务环境下，网络为产品的开发与设计提供了快捷的方式。用户可以通过网络直接参与产品设计，使传统的单向式产品设计转为双向交互式

的设计方式。中小企业可以充分利用自身的灵活性，以适应网络时代消费品多品种、小批量、个性化的特点，满足不同客户的需要，设计并制造出更加符合客户要求的产品。由于企业是在了解客户对产品需求，技术标准和市场规模后，进行设计生产的，目标明确，极大降低了市场的不确定性。产品投放市场后又可以通过网络很快收到市场反馈，企业随时可以对已经生产或开发中的产品再改良。利用网络中小企业可以摆脱中间商，密切与最终消费者之间的关系，以最低的成本生产适合客户的个性化产品，为企业创造效益。

四、提高服务质量，吸引新客户

网络的开放性和全球性使得电子商务不受时空的限制。这样，企业可以连续不断地为更多客户提供技术支持和服务。作为新的营销渠道，互联网对企业传统的营销渠道是一个重要补充，它可以吸引那些在传统营销渠道中无法吸引的顾客成为其目标客户。温情服务可以保证用户长期地使用本企业的产品，成为企业忠实的客户。良好的客户服务将构建紧密的客户关系。在“以客户为中心”进行企业经营的今天，客户关系管理已在企业营销活动中占据重要的地位，因为产品的销售，是建立在良好的客户关系基础之上的。好的客户关系管理能帮助企业把握市场机会，不仅有助于现有产品的销售，而且还能根据客户的特定需求为他们量身定做，最大限度地满足客户需求，从而继续赢得客户的忠诚。互联网为提高客户满意度和忠诚度提供了更为有效的手段，包括从形式最简单的常见问题解答，到电子邮件、邮件列表，以及在线论坛和各种即时信息服务等，即构建客户服务中心或在线客服。在线客服具有低成本，高效率的优点，在提高服务水平方面具有重要作用，同时也直接

影响到网络营销的效果，因此在线顾客服务成为网络营销的基本组成内容。全球金融危机，对于中小企业来说，可能是一个生死存亡的严峻挑战，也可能是一个机遇，中小企业一定要具体分析国际金融危机对其的影响因素，及时把握商机，正确做出创新决策并利用现代化管理手段，提高市场竞争力。编辑推荐：微博营销知识专题 电子商务师网络营销案例分析汇总 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