

电子商务投资回报模式 PDF转换可能丢失图片或格式，建议
阅读原文

[https://www.100test.com/kao_ti2020/65/2021_2022__E7_94_B5_E5](https://www.100test.com/kao_ti2020/65/2021_2022__E7_94_B5_E5_AD_90_E5_95_86_E5_c40_65034.htm)

[_AD_90_E5_95_86_E5_c40_65034.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/65/2021_2022__E7_94_B5_E5_AD_90_E5_95_86_E5_c40_65034.htm) 电子商务需要一个略有不同的、非传统的ROI计划模式，来分析为期三年的成本及收益情况。因为这些项目更具风险，而风险多半是由于市场情况和频繁变化的假设造成的。一个基本公式： $ROI = \frac{\text{三年累计净利润}}{(\text{最初成本} + \text{三年管理成本})}$ 一般来说，成本要符合最初发展，对下个三年的发展作出评估，并为每一时期的成本作好准备。典型的电子商务的启动成本包括：1.研究和计划 2.网站开发 3.咨询服务 4.硬件及软件 5.主机托管及互联网连接 6.市场开发 7.广告 8.实时的网站管理及改进 需要考虑的最重要因素是争取访问者及转换率两方面的成本。要注意的是，吸引访客的成本通常比预期要高，而访客转化为购买者的机率又比预想中的低。针对这些成本，要获取利益则需要一定的销售方案。要准确预计电子商务的利益通常是很困难的，尤其对新市场中还没建立ROI基准的新业务更是如此。一旦作出有关收入的销售方案，通过ROI分析就能获得有关利润方面的情况。通常，电子商务分析利用一个简单的“收入对利润”模式，夸大企业的受益情况。典型的做法是，开始时电子商务估计三年内的ROI为100% - 200%，但最后只能取得其中的一半。那些没有考虑到IT成本会超出预算的人，会落后于整个发展进程，而很难使用户接纳。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