

大型企业的网络营销策略选择 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__E5_A4_A7_E5_9E_8B_E4_BC_81_E4_c40_65049.htm 大型企业拥有丰富的营销资源，合理利用企业的营销资源，发挥网络营销的最大效果，是大型企业网络营销策略选择的基本出发点。针对目前国内大型企业的网络营销水平仍处于初级阶段这一特点，网智成<http://www.bjwzc.net/>认为大型企业网络营销策略选择应从六个方面给予重点考虑：网络营销导向的企业网站建设；企业内部网络营销资源的开发、积累和应用；创建和提升网络品牌；发挥在线促销功能；顾客关系和顾客服务策略；拓展销售渠道，实现在线销售。企业网络营销的十项基本策略,这十项基本策略是企业制定网络营销策略的基础，大型企业自身的优势和特征决定了可以选择更加有效的网络营销策略。以资源优势来说，网站的外部链接数量表明了一个网站合作伙伴或者相关网络资源的信息，而被其他网站链接的数量则直接关系到网站的访问量和网站在搜索引擎中的排名位置，被其他网站链接的机会也就相当于获得了一次网站推广的机会，因此网站被链接的数量通常作为评价一个网站网络营销效果的指标之一。调查结果表明，被调查大型企业网站页面浏览数和被链接数量均较多，117个被调查的大型企业网站平均被链接数量为163.2，最高的企业网站（海尔集团）被链接数量高达1758。按照不同行业网站平均被链接数量进行比较，并且与被调查企业网站平均访问量指标进行比较就可以发现，网站被链接数量多的行业，访问量也比较高。这些数字表明，大型企业在网站推广方面

的优势仍然比较明显，只不过很多企业并没有充分利用这种推广资源。虽然大型企业网站被其他网站链接的数量本身虽然无法证明大型企业所具有的优势究竟有多大，但至少可以说明，大型企业网站的受关注程度远远高于一般的中小企业网站，这种被关注也就是一种潜在的营销资源，当然，大型企业还有其他更加丰富的资源，如资金、人才、品牌等等。合理利用企业的营销资源，发挥网络营销的最大效果，是大型企业网络营销选择的基本出发点。根据对目前国内大型企业网站状况的调查，由于存在“十大问题”，可见从总体状况来看，大型企业的网络营销水平还处于初级阶段，企业网站建设和应用还很不完善，一些重要的网络营销方法也未得到普及应用，针对这些特点，由于不同行业之间的产品特性和用户行为存在一定差异，因此不同行业的企业网络营销策略也存在一定差异，但一些基本策略的选择原则是相同的，因此这里网智成<http://www.bjwzc.net/>仅对大型企业网络营销策略的一般策略选择提出建议。现阶段国内大型企业网络营销策略应从六个方面给予重点考虑。下面简要介绍网智成<http://www.bjwzc.net/> ' ' ."><http://www.bjwzc.net/>关于适合大型企业的六项网络营销策略及其实现手段：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