

电子商务案例分析之化妆品的网络营销三 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\\_AD\\_90\\_E5\\_95\\_86\\_E5\\_c40\\_65061.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/65/2021_2022__E7_94_B5_E5_AD_90_E5_95_86_E5_c40_65061.htm) 四、营销的目标：创造价值

本节我们主要讨论在传统的价值模型的基础上如何实现网络营销。这种价值模型完全是建立在产业经济的假设上，认为每个企业都在产业价值链上占据一席之地。在上游，供应商提供投入，然后，企业通过投入增加价值，再交给价值链的下游，即客户（包括其他企业或最终消费者）。这种价值链的原理就象装配线一样，企业通过投入创造能够交付客户的价值，并在交付价值时获得利润。按照这种观点，营销战略本质上就是在价值链上正确定位的艺术，包括选择正确的产业，正确的产品，正确的细分市场和正确的增加价值的活动。（一）、例解网络营销[案例]：玫琳凯的电子邮件营销 昨天（2002年4月17日）我同时收到7封相同的电子邮件

（Email），内容如下：亲爱的朋友，您好！您一定是一位聪明、漂亮的白领女性，可是您知道如何保养您的皮肤吗？您知道适合用什么样的化妆品吧？您想拥有一名免费的美容顾问吗？玫琳凯（marykay）是美国最大的化妆品公司，全球500强企业之一，业务扩展至全球30多个国家和地区，全球每年约有2000多万消费者购买约一亿四千万件玫琳凯产品。在中国，已遍布全国18个城市，拥有超过4万名美容顾问。现在您想免费拥有一名玫琳凯的专业美容顾问吗？您想免费听一堂专业的美容课吗？您想免费试用国际一流的化妆品吗？请赶快拨打以下热线电话，全部免费！！网络营销是一种费用低廉的营销方法，有关研究称会比传统直复营销便宜60%的

成本。下面结合实际来阐述网络营销的原理。

- 1、网络营销者。以赢利为最终目标，从事网络营销活动的企业或个人，本例是玫琳凯公司或其中国代理商。
- 2、顾客或目标市场成员。指具有某种特定需要，可以通过与营销者进行交换而获得其需要之物的个人或组织。本例目标是“聪明、漂亮的白领女性”，但由于邮件地址是从网上收集的，营销者不了解我的性别和需要，因而闹出笑话。
- 3、发盘。营销者为寻求交易向顾客提出的交易条件。本例是以电子邮件为媒介，通过免费的美容顾问、免费的美容课、免费的产品试用和免费的热线电话，兜售玫琳凯的产品和服务。
- 4、媒介。营销者投放其发盘以获得目标市场成员回应的途径或载体，也是网络营销广告的载体或通路。本例媒介是电子邮件，而且是未经许可的，而且是滥发的（连续7封），属于垃圾邮件。这种媒介成本几乎为零，但易引起目标市场成员的反感。
- 5、回应。目标市场成员通过特定渠道对发盘的反应，包括订购或寻求进一步的信息。本例的回应渠道是免费电话，如果同时写上网址，那就是十足的网络营销了。
- 6、商业履行。包括销售、结算、配送和服务一系列职能。其中前三项形成一个完整的交易过程，如果主要是通过网络等电子手段完成，这个过程就称为电子商务。但是营销的目的不止在于实现这个销售，还在于通过服务与顾客建立和保持恰当的关系来获得重复购买，比如在交易完成后发个Email询问产品的使用情况等。

（二）、网站是网络营销的基础 虽然开展网络营销并不一定要通过网站，但网站仍然是网络营销最基础、最重要的工具。这是因为：

- 1、网络营销是一种信息营销，而网站是信息营销最有效的载体。我们正处在一个信息社会，从产销的角度看，生产

和市场之间的唯一联系只能是信息，信息不灵就会导致产销脱节。从营销的角度看，产品是一种多层次的信息体，有使用价值、交换价值和各种附加价值。信息营销的重要任务就是要把产品各个层次的价值迅速、准确、精彩地向消费者传达。电话曾经是一种有效的信息营销工具，但就信息的速度、准确度、精彩度而言，是根本无法和互联网络这种综合媒体相提并论的。让我们假设一下，在上面玫琳凯的例子中，联系信息如果同时加上网址，收件人（比如我）轻点鼠标，瞬息超链接到玫琳凯网站，那该会是怎样一番情形呢？[案例]：玫琳凯中国网站(<http://www.marykay.com.cn/>) 网站内容包括玫琳凯介绍（玫琳凯女士、公司历史、独特的企业文化、独特的服务、玫琳凯国际分布、玫琳凯中国），事业机会（美容顾问守则、培训），产品系列，美容护肤游戏，当月新品及促销等。通过设计精美，图文并茂的网页，你可以了解到玫琳凯品牌创始人、世界最成功的女企业家玫琳凯女士的传奇一生，了解到玫琳凯如何以“丰富女性人生”为己任，如何将雇佣推销员（美容顾问）经营产品的销售模式变成一种广被赞誉的“全球女性共享的事业”。你还可以通过模拟彩妆大师游戏，在线测试化妆效果，如果满意所选产品，点击购买按钮即可到达玫琳凯网上商店，进行在线购物。但你要记住，你必须将个人资料（会员注册资料）提交后玫琳凯才会将产品卖给你。

2、网络营销是一种复合营销，网站能够有效地整合各种营销手段。首先，网站能够组合各种古老的或现代的营销形态。无论是有店铺经营还是无店铺经营，无论是批发还是零售，无论是连锁经营还是特许经营，都可以通过网站进行整合。其次，网站能够综合运用各种推广工

具和推广形式，提升和拓展品牌的形象、价值及外延。电话、传真、地址、邮编、网址、电子邮件等企业信息是网站对外联系的电子名片，用超链接和多媒体技术制成的网页是最精美的企业画册和产品目录，提供互动的“客户关系管理”数据库往往是网站必备的功能。3、网络营销是电子商务的基础，网站是促成电子交易的重要手段。一方面电子商务是指电子化的交易行为和方式，其技术基础是互联网络；另一方面不但整个交易过程需要以网站作为根据地来进行促成，即便是交易完成之后，为了增加客户的忠诚度，促成下次或更多的交易，还需要通过网站做进一步的营销努力。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](http://www.100test.com)