

网络营销如何成功 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_BD_91_E7_AB_99_E8_90_A5_E9_c40_65144.htm 可观的销售业绩，品牌知名度的提高，丰富的客户资料积累，潜在客户群的掌握与开发等等是所有网站经营者预期实现的目标，也是一些成功网站已获得的回报。无论是盈利性质还是非盈利性质，基于Web的经营活 动已相当广泛而且成熟。以Web世界为主体的网络社会中随处可见网上书店、网上购物中心、Web杂志、电子报纸、网上邮局、学术社团、技术协会、咨询公司及各 类专业化服务机构等经营实体及活动，Web技术创造了全新的市场机遇和经营模式，相应的市场营销策略是Web站点成功运作的关 键。

一．要明确基本任务，确定经营方向 网站的基本任务决定了网站的经营方向，是站点建立后一切经营活动的核心和出发点。像旅游信息服务站点面向人们的外出旅游需求，提供交通、景点、旅游产品等信息服务；网上书店面向人们的文化需求，提供各类书籍、音像制品等；而职业信息服务站点则通过提供招聘和求职信息满足人们的求职求贤需求。确定网站的基本任务，如同在网络社会中选择了一个行业。对于某些行业如服装、重型机械加工等来说，网络站点虽然目前还不能成为主要的经营渠道，但至少应成为市场营销策略的组成部分，目的在于：不要忽视日趋成熟的网络营销渠道，不要漏掉从网上发现你的客户；而对于另外一些行业来说，网络站点既是其经营战略的组成部分，更是主要的经营渠道，因此具有更具体、更现实的目标：销售产品或服务，树立品牌形象，赢取广泛的客户群等，目前比较

成熟和活跃的主要有书店、软件、各类专业化信息服务等行业。确定网站的基本任务既需要经过市场调查、预测和分析，还需要结合经营实体的自身资源特点。营销案例1：中国航贸信息网（<http://www.snet.com.cn>）是一个很好的例子，它是中国航务周刊杂志社面向航运业信息需求开发的专业化信息服务站点。海运、空运、陆运等业务与生产企业和贸易组织的经营活动有着密切的联系，形成了一个巨大的信息需求市场，而中国航务周刊杂志社一直以来掌握着航运业全面、准确而权威的信息。中国航贸信息网面向市场需求并结合自身资源优势确定了网站提供全面、准确、及时、权威的航运信息的基本任务。

二．谁是网站的目标访问者 网站的目标访问者是网站的主要服务对象，通常是经营实体所经营产品或服务的目标客户或潜在客户。目标访问者的选择是网站市场营销策略的具体化，也决定了网站内容与服务的定位。营销案例2：WebResults（<http://www.webresult.com>）是一家提供全面Web服务的咨询公司。围绕其Web站点的基本任务，即通过为网站规划和设计者（尤其是非赢利组织）提供明确而有用的信息来向潜在用户展示自身实力。该站点选择了明确的目标服务对象，即：

1. 公司的潜在客户：大规模非赢利组织的领导者和站点负责人；
2. 其它Web站点的规划设计者、管理者及内行专家；
3. 其它打算建立Web站点的个人或组织。

面向以上服务对象，该站点提供了以下栏目的信息和知识：站点规划、站点设计、站点评估、站点成果、Web工具、相关链接等。所列信息具有一定的实用价值。另外值得重视的是，网络几乎是无国界的，现代信息技术为网站经营者消除了地域限制，可以轻易地实现服务目标对象的国际化。目前

我国已有一些上网企业和组织，通过建立中英双语站点，或中、英、日等多语站点的方式，把服务目标扩展到全球范围。

三．付出与回报

1．付出（成功来自内容与服务的吸引力）

访问率是站点成功的重要衡量标准，留住规律性访客的忠诚，并不断吸引新访客的注意，其诀窍在于提供有价值的信息内容或服务。无论是实物产品、信息产品，还是各种专业化服务，对于访问者来说，一个网站能提供什么，其质量、价格如何是重要的。需要切记的是：提供对你的目标客户或潜在客户具有吸引力的内容和服务才是对网站经营有价值的策略。

营销案例3：一封来自朋友的E - mail为我送来了一束“虚拟鲜花”，按E - mail中指引的地址，果然收到了一束“鲜花”和一张温馨的问候卡。原来，Virtual Flowers (www.virtualflowers.com)是一家经营鲜花生意的公司，该公司不但在其网站上提供真正的鲜花订购服务，还免费提供了虚拟鲜花邮送服务。而每天利用其虚拟鲜花邮送服务的有5000 ~ 10000人，这其中的许多人后来成了其真鲜花订购服务的客户。随着网络营销的逐步成熟，越来越多的营销创意和作法值得参考和借鉴，如：经营Web优化服务的网站提供免费的站点测试功能；销售软件产品的站点提供可免费订阅的E - mail，使订阅者可以及时了解新产品信息及技术发展动态等；提供专业化信息服务的站点通过链接很多同行业的其它站点建立一个本行业的信息中心，从而成为该专业信息需求者的第一选择；以不断更新的内容和服务保持站点的活力和吸引力。

2．回报（通过网站销售产品和服务）

作为经营产品或服务的站点，提供有价值的内容或服务，目的应在于吸引目标客户或潜在客户，增加销售机会，从而获得一定的经

济效益。因此在创造站点吸引力的同时，更重要的是要相应推出好的产品和服务，实现网站的经营目标。通过网站经营产品或服务应注意以下几点：产品或服务应迎合市场需求，如对旅游产品、股票信息的需求，对上网软件、教育软件的需求等；产品或服务的种类适于在网站上经营，如书籍、软件、订票服务、专业信息产品等；产品或服务系列化、集成化，如提供Web咨询服务的网站，应提供一系列包括网站规划、站点建设、站点评测与优化、网站促销等服务，并将策划方案、相关软件、培训服务等集成为服务包提交给客户；产品或服务信息的组织结构应从访问者的利用角度出发。

四．网站宣传策略 有效提高站点知名度和访问率的办法是采取多种媒体相结合的全方位综合宣传策略，典型的有以下方式：

- *组织新闻发布会等大型公关活动，具有强烈的事件影响力；
- *利用报刊、杂志、电台、电视台等传统大众媒体的传播能力；
- *利用企业文化用品、名片等作为宣传工具；
- *利用网络媒体进行广泛发布，包括搜索引擎注册、网络报刊、杂志新闻发布、相关站点的友情链接、重要网络媒体的banner广告及newsgroup、BBS、mailing list的新闻发布等。

营销案例4：《航空知识》杂志（www.aerospace.jsinfo.net）是一本深受读者喜爱的刊物，上网后通过中英文网络门户、mailing list等媒体进行了广泛而有效的宣传，几个月内就收到读者发回的电子邮件数百封。

五．市场信息的有效收集 作为一种崭新的媒体，Web优于传统媒体的特性在于其方便即时的交互功能。这一特性是通过Web站点收集市场信息的有效手段，许多实用的方法包括：

- *设立Webmaster信箱，收集访问者对站点的反馈意见和要求；
- *针对某种产品或服务提供订购表格，及时

收集客户的购买及需求信息；*通过提供免费服务申请表格，获得访问者的个人信息；*通过提供在线调查问卷，及时获得访问者对某项产品或服务的评价、意见或建议；*通过系统文件分析，掌握网站访问者的数量、访问时间、所在地等信息。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