

电子商务概论



第五章 网络营销

对外经济贸易大学 信息学院

第五章 网络营销

第一节 网络营销基本概念

第二节 网络市场调研

第三节 网络营销



第一节 网络营销基本概念

一、网络营销的实质、特点、内容

1. 引言

- ★ 学科性质：研究 盈利性组织 网络营销活动 规律
(研究客体) (研究主线)
- ★ 研究对象：网上市场营销活动及其规律
- ★ 企业网上经营活动
- ★ 了解互联网、网络营销、电子商务、电子商业

网络营销是对上述四个阶段的营销活动实施的

计划、组织、指挥、控制



对外经济贸易大学

第一节 网络营销基本概念

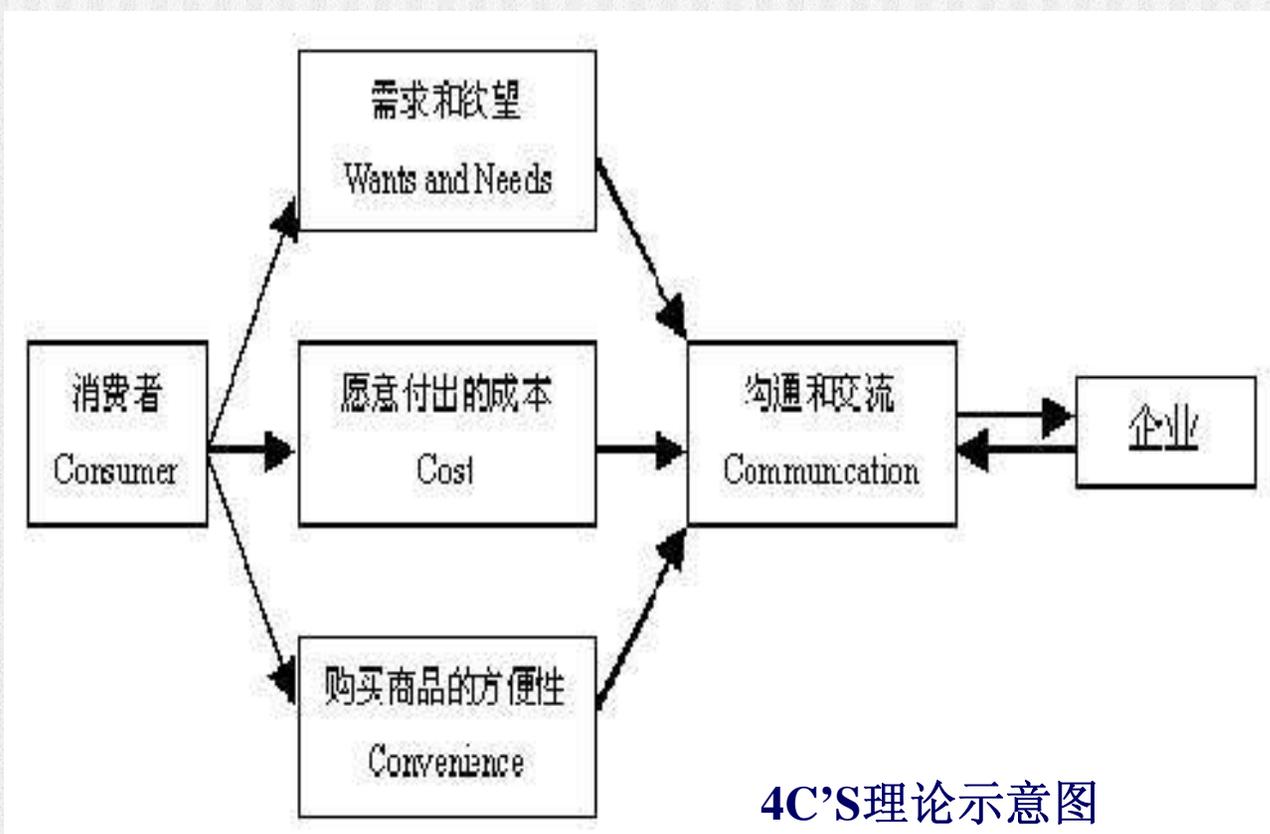
一、网络营销的实质、内容、特点

2. 实质

- ✦ 概念：借助联机网络、电脑通信和数字交互媒体的威力来实现营销目标的一种营销方式
- ✦ 英文：**cybermarketing, online marketing, Internet marketing**
- ✦ **4P → 4C**的营销原则
 - ✦ 传统**4P**：product、price、place、promotion
 - ✦ 网络**4C**：consumer、cost、convenience、communication



第一节 网络营销基本概念



第一节 网络营销基本概念

一、网络营销的实质、内容、特点

3. 内容

★ 基础知识

★ 企业网上经营活动阶段：了解互联网
→ 网络营销 → 电子商务 → 电子商业

★ 分类：无站点网络营销（游击战）、
基于站点网络营销（阵地战）



第一节 网络营销基本概念

一、网络营销的实质、内容、特点

3. 内容

★ 具体内容

- 网上市场调查：问卷调查、收集资料
- 网上市场的调查 VS. 网上的市场调查
- 网络消费者行为分析：需求特征、购买动机、购买行为模式
- 网络营销策略的制定：与企业相适应
- 网络产品和服务策略：结合网络特点
- 网络价格营销策略：**Internet** 自有特征

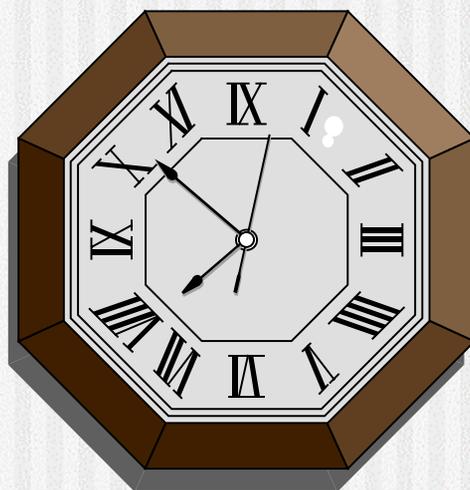


第一节 网络营销基本概念

一、网络营销的实质、内容、特点

4. 特点

- ★ 跨时空：24×7
- ★ 多媒体
- ★ 交互式
- ★ 人性化
- ★ 成长性
- ★ 整合性
- ★ 超前性
- ★ 高效性
- ★ 经济性
- ★ 技术性

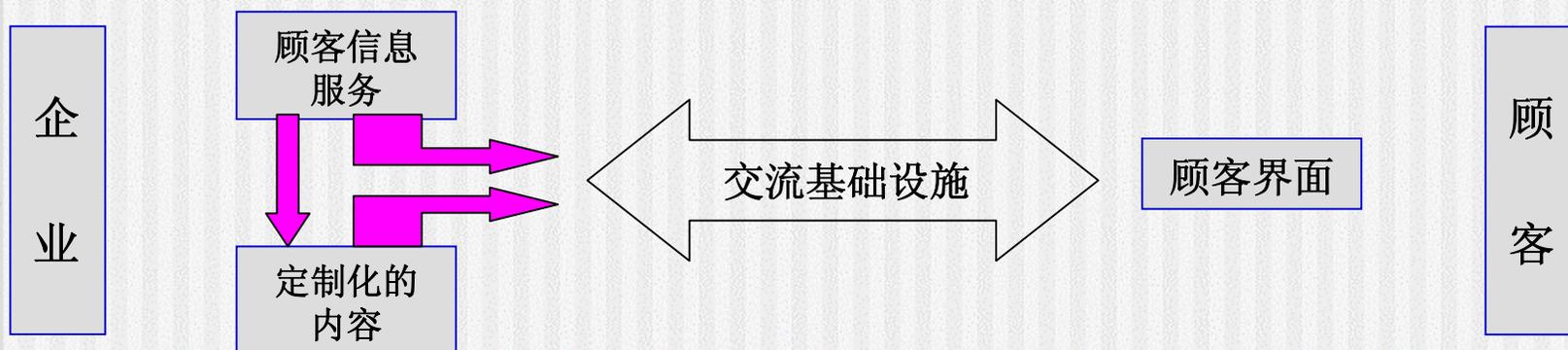


第一节 网络营销基本概念

一、网络营销的实质、内容、特点

4. 特点

★ 网络营销基本框架



第一节 网络营销基本概念

二、网络营销与传统营销

1. 异同

- ★ 相同点：为了挖掘更多市场潜力空间
- ★ 不同点：实现上述目标的方式不同

2. 营销市场要素的变化

营销市场=消费主体 × 购买力 × 购买欲望

- ★ 消费主体的变化
- ★ 消费者购买力的改变
- ★ 消费者购买欲望的改变



第一节 网络营销基本概念

二、网络营销与传统营销

3. 网络营销对传统营销的冲击

- ★ 对产品/服务的冲击
- ★ 对价格策略的冲击
- ★ 对促销策略的冲击
- ★ 对渠道策略的冲击

? 适合网上销售的商品是什么?



对外经济贸易大学

第一节 网络营销基本概念

二、网络营销与传统营销

4. 网络营销的优势

- ★ 网络营销进入障碍较低
- ★ 网上营销是信息营销、形象营销，可作为企业公共关系的重要窗口，宣传企业最新动态和经营状况
- ★ 网上营销使企业即时连同国际市场，消除了同其他国家客户做生意的时间和地域障碍，减少了许多面向海外进出口业务的市场壁垒
- ★ 网上世界使企业能够提供售后服务或动态服务状况查询，具有快速应答的互动功能



第一节 网络营销基本概念

二、网络营销与传统营销

4. 网络营销的优势

- ★ 网上世界突出了营销作用（重要性、优势）
- ★ 网上革新是营销机会，为企业提供沟通顾客的新办法
- ★ 网上世界使研究变得容易
- ★ 网上世界原谅错误

5. 网络营销存在的问题

- ★ 带有报复性的信息营销
- ★ 费用很难预算
- ★ “危”“机”共存



第一节 网络营销基本概念

二、网络营销与传统营销

6. 行为

- ✦ 信息
- ✦ 态度

7. 认识

- ✦ 网络营销不可能完全取代传统营销
- ✦ 网络营销与传统营销的整合



第五章 网络营销

第一节 网络营销基本概念

第二节 网络市场调研

第三节 网络营销



第二节 网络市场调研

一、网络市场调研概述

1. 概念

- ✦ 在互联网上针对特定营销环境进行简单调查设计、收集资料和初步分析的活动，为企业的网上营销决策提供数据支持和分析依据

2. 含义

- ✦ 网上利用Internet 特性进行市场调查
对象：网上市场、传统一般市场
- ✦ 专门针对Internet 形成的特殊的网上市场的调查
网上市场：“虚拟的”无实物形态的市场
方法：传统调查方法、网上调查方法

第二节 网络市场调研

一、网络市场调研概述

3. 方法

- ★ 网上直接调查：利用互联网直接进行问卷调查等方式收集一手资料
 - ★ 按调查方法：网上问卷调查法、网上实验法、网上观察法
 - ★ 按调查者组织调查样本的行为：主动、被动调查法
 - ★ 按网上调查采用的技术：站点法、电子邮件法、随机IP法、视讯会议法
- ★ 网上间接调查：利用互联网媒体功能收集二手资料
 - ★ 利用搜索引擎
 - ★ 利用**BBS**
 - ★ 利用新闻组
 - ★ 利用**Email**



第二节 网络市场调研

一、网络市场调研概述

4. 特点

- ✦ 网络调研不受时空限制
- ✦ 网上调研需要被调查者化被动为主动，可减少误差
- ✦ 互联网的交互机制使网上调研的周期大大缩短
- ✦ 网上调研对象仅限于网民
- ✦ 网民在休闲状态下主动回答问题的效果好
- ✦ 网上调研要遵循网上行为规范和文化准则
- ✦ 网上与传统调研：仅是补充，不会取代



第二节 网络市场调研

一、网络市场调研概述

5. 步骤

- ★ 发现营销问题
- ★ 确定调研课题
- ★ 调研课题立项
- ★ 制定调研计划
- ★ 实施调研计划（网上市场调研能否发挥作用的关键）
- ★ 解释和汇报调研结果



第二节 网络市场调研

二、网上消费者

1. 网上消费者需求特征

- ✦ 个性消费的回归
- ✦ 消费需求的差异性
- ✦ 消费主动性增强
- ✦ 对购买方便性的需求与购物乐趣的追求并存
- ✦ 价格仍然是影响消费心理的重要因素
- ✦ 网络消费仍然具有层次性
- ✦ 网络消费需求的超前性和可诱导性



第二节 网络市场调研

二、网上消费者

1. 网上消费者类型

- ✦ 冲动购买者
- ✦ 耐心购买者
- ✦ 分析购买者

2. 购买行为类型

- ✦ 专门计划购买：意识到需求，只按计划购买
- ✦ 简单计划购买：意识到需求，在商店里决定
- ✦ 提醒者购买：商店唤醒某种需求
- ✦ 完全无计划购买：完全没有意识到需求



第二节 网络市场调研

二、网上消费者

3. 网上消费者的决策过程

- ★ 确认需要
- ★ 收集信息
- ★ 评价解决方案
- ★ 购买决策
- ★ 购买后行为



第二节 网络市场调研

二、网上消费者

4. 网上消费者的购买的不同阶段



✦ 任务：了解每个阶段网上顾客的行为及其影响因素 → 为目标市场制定出实际而有效的网络营销计划，设计满意的在线购物流程

第五章 网络营销

第一节 网络营销基本概念

第二节 网络市场调研

第三节 网络营销



第三节 网络营销

一、网络营销站点

1. 网络营销目标

★ 终极目标：最大程度提高销售（**X**）最大程度增加利润（**V**）

★ 提高销售

★ 降低业务成本

★ 加强同所有目标群体的沟通

2. 网络营销站点的重要性和必要性



第三节 网络营销

一、网络营销站点

3. 主要内容

- ✦ 域名申请（抢注）
- ✦ 网站规划
- ✦ 网页制作
- ✦ 网站发布
- ✦ 网站推广（**核心内容**）
- ✦ 网站管理和维护



第三节 网络营销

一、网络营销站点

4. 网站建设前的考虑事项

- ★ 花时间了解网站开发所有**17**个阶段
- ★ 确定哪个阶段最适合本公司
- ★ 确定每个阶段的实施到底能为公司带来什么利益或竞争优势
- ★ 按现有技术水平和资源来进行规划
- ★ 确定每个阶段的优先级，制订自己的实施计划

关键：谁来负责整体战略（技术人员？跨部门小组？）



对外经济贸易大学

第三节 网络营销

一、网络营销站点

5. 网站开发17个阶段（目的、方法）

★ 最初四个阶段

★ 开始阶段

★ 储备阶段

★ 链接阶段（不同战略的选择应用）

★ 完善阶段



第三节 网络营销

一、网络营销站点

5. 网站开发17个阶段（目的、方法）

- ★ 网站的交互和数据库战略

- ★ 交互阶段

- ★ 数据库阶段

- ★ 高级储备阶段

- ★ 高级交互阶段



第三节 网络营销

一、网络营销站点

5. 网站开发17个阶段（目的、方法）

- ★ 网站的高级开发战略

- ★ 大量定制阶段

- ★ 外向阶段

- ★ 集成阶段

- ★ 商业阶段



第三节 网络营销

[Login](#) | [Open an Account](#) | [Contact Us](#)

CharlesSchwab

[Getting Started](#) | [Services & Accounts](#) | [Investments](#) | [Mutual Funds](#) | [Quotes & Research](#) | [Smart Investor](#)



Advice with one objective. Yours.

Built for the individual investor

The Schwab Way: find out [what makes us different](#)

Choose from [our range of services](#)

[Invest on your own](#) or [with the help of a professional](#)

Our point of view on:

- [Evaluating stocks — Schwab Equity Ratings™](#)
- [Schwab's business practices](#)
- [Estate planning](#)
- [Portfolio planning](#)
- [Mutual funds](#)

Do you trade?

Get tools and support as strategic as you are. [Go >](#)

Today's Market

▲ DJIA	8,264.39	+78.08
▲ NASDAQ	1,262.12	+22.04
▲ S&P 500	852.84	+14.16

CONNECT

Call 1-877-476-2370

[Email](#) your questions

Visit your [investment center](#)

DISCOVER

[The Schwab Philosophy](#)

[Our range of services](#)

[Mail me an overview of Schwab](#)

EXPERIENCE

[Online tools & research](#)

[Local workshops &](#)

[online classes](#)

BECOME A CLIENT

[Account & fee information](#)

[Open an account](#)



對外經濟貿易大學

第三节 网络营销



Specializing in Gourmet Pizza Since 1976



This Month's Internet Special...

Pizza & Panzo Special



What's New - 05/07

New Website!

Panzerotto Pizza, specializing in gourmet pizza since 1976, is pleased to announce the relaunching of our website! Let us know what you think!

[READ MORE](#)

[HOME](#) || [ORDER ONLINE](#) || [MENU](#) || [LOCATIONS](#) || [FRANCHISING](#) || [CONTACT US](#) || [PRIVACY POLICY](#)



济贸易大学

第三节 网络营销

一、网络营销站点

5. 网站开发17个阶段（目的、方法）

★ 网站开发的后五个阶段

★ 个性化阶段

★ 应用阶段

★ 全球化阶段

★ 战略同盟阶段

★ 反馈阶段



第三节 网络营销

[Sign In](#) | [Register](#)

Sign up for our Newsletter!

RAGÚ

Recipe Search [GO](#)
Use our Advanced Recipe Search!

[Recipes](#) [Products](#) [Questions & Comments](#) [My Recipe Box](#) [Promotions](#)

Have a Question? Ask Mama!

Top 5 Favorite Ragú Recipes

1. [Ragú No Frying Chicken Parmesan](#)
2. [No Boiling Baked Ziti](#)
3. [Ragú No Boiling Lasagna](#)
4. [Mama's Best Ever Spaghetti & Meatballs](#)
5. [Creamy Chicken & Rice Bake](#)

Eat Life Up!

[Home](#) [Site Map](#) [Privacy](#) [Terms of Use](#)
Copyright 2002 Unilever Bestfoods, Inc. All Rights Reserved.

第三节 网络营销

The screenshot shows the RAGÚ website interface. At the top, there are navigation links for 'Sign In | Register', 'Home', and a 'Recipe Search' box with a 'GO' button. Below this is a yellow navigation bar with links for 'Recipes', 'Products', 'Questions & Comments', 'My Recipe Box', and 'Promotions'. The main content area is titled 'Questions & Comments' and features a circular icon of an elderly woman labeled 'Ask Mama!'. A text box explains that 'Mama' can answer questions and help find recipes. Below this is a 'Send an Email' section with a form containing three input fields: 'Your Name:', 'Your Email Address:', and 'Type Your Message Here:'. A 'Ask Mama' button is also visible.

Sign In | Register

Recipe Search

GO

Use our Advanced Recipe Search!

Home

Recipes **Products** **Questions & Comments** **My Recipe Box** **Promotions**

Questions & Comments

Ask Mama!

Got a question?
Mama can answer many of your questions, help you find information on the site, and even help you with recipes. Mother knows best. So, [talk to Mama](#).

Ask Mama

Send an Email

You may email us by using the form below:

Your Name:

Your Email Address:

Type Your Message Here:

第三节 网络营销

二、网络促销

1. 内涵

- ★ 利用现代化的网络技术向虚拟市场传递有关产品和服务的信息，以启发需求，引起消费者购买欲望和购买行为的各种活动

2. 特点

- ★ 通过网络技术传递信息
- ★ 在虚拟市场进行
- ★ 全球性的



第三节 网络营销

二、网络促销

3. 与传统促销的区别

- ✦ 时空观念变化
- ✦ 信息沟通方式变化
- ✦ 消费群体和消费行为变化
- ✦ 对网络促销的新理解



第三节 网络营销

二、网络促销

4. 方法

- ✦ 网络广告
- ✦ 站点推广
- ✦ 销售促进
- ✦ 关系营销



第三节 网络营销

二、网络促销

5. 作用

- ★ 告知功能
- ★ 说服功能
- ★ 反馈功能
- ★ 创造需求
- ★ 稳定销售



第三节 网络营销

二、网络促销

6. 实施

- ★ 确定网络促销对象
- ★ 设计网络促销内容
- ★ 决定网络促销组合方式
- ★ 确定网络促销预算方案
- ★ 衡量网络促销效果
- ★ 加强网络促销过程的综合管理

