



## 第四节 网络营销

---

## 第四节 网络营销

本节主要知识点

- 一、网络营销的概念、特点
- 二、网络市场调研的概念、方法
- 三、网络营销的策略组合
- 四、网络营销的方式

## 第四节 网络营销

### 一、网络营销的概念、特点

(★) (一) 网络营销的概念：是指基于互联网、移动互联网平台，利用信息技术与软件工具，满足商家与客户之间交易产品、提供服务的过程；通过在线活动创造、宣传和传递客户价值，并对客户关系进行管理，以达到一定营销目的的新型营销活动。

## 第四节 网络营销

### (二) 网络营销的特点

1. 跨地域性：互联网能够超越时间约束和空间限制，使企业有了更多的时间和更大的空间进行营销，可每周7天，每天24小时随时随地地提供全球性营销服务。
2. 交互性：通过展示商品图像、提供商品信息查询，来实现供需互动与双向沟通，进行产品测试与消费者满意调查等活动。
3. 个性化：互联网上的促销是一对一的、理性的、消费者主导的、非强迫性的、循序渐进式的，而且是一种低成本与人性化的促销。

## 第四节 网络营销

4. 经济性：减少印刷费用、邮递成本、租金、水电、人工成本以及由于反复多次交换带来的损耗。

5. 多维性：能将文字、图像和声音有机的组合在一起，传递多感官的信息，让顾客如身临其境般地感受商品或服务，大大增强网络营销的实效。

6. 超前性：同时兼具渠道、促销、电子交易、互动客服以及市场信息分析与提供等多种功能，具备一对一营销能力，符合定制营销和直复营销的未来发展趋势。

7. 整合性：将商品信息与收款、售后服务做了很好的集成。

## 第四节 网络营销

8. 高效性：互联网传送的信息数量与精确度，远超其他媒体。

9. 技术性：建立在以高速发展的IT技术为支撑的互联网基础上的。

## 第四节 网络营销

### 二、网络市场调研的概念、方法

(★) (一) 网络市场调研的概念：是指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，以及利用各种搜索引擎寻找竞争环境信息、客户信息、供求信息的行为。

## 第四节 网络营销

### (二) 网络市场调研的方法 (★★★)

1. 网络市场直接调研的方法：在互联网收集一手资料或原始信息。

(1) 网上观察法：利用相关软件和人员记录登录网络浏览者的活动；

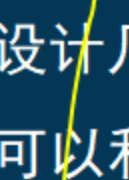
(2) 专题讨论法：可通过新闻组、电子公告牌或邮件列表讨论组进行；



## 第四节 网络营销

(3) 在线问卷法：请求浏览其网站的每个人参与企业的各种调研，也可以委托专业公司进行；

(4) 网上实验法：通过在网络中所投放的广告内容与形式进行实验，设计几种不同的广告内容和形式在网页或者新闻组上发布，也可以利用电子邮件传递广告。



## 第四节 网络营销

2. 网络市场间接调研的方法：利用互联网收集与企业营销相关的市场、竞争者、消费者以及宏观环境等方面的二手资料信息。

- (1) 利用搜索引擎查找资料；
- (2) 访问相关网站收集资料；
- (3) 利用网上数据库查找资料。

## 第四节 网络营销

### 三、网络营销的策略组合

#### (一) 产品策略 (★)

在基于互联网的网络营销中，企业的产品和服务要有针对性，其产品形态、产品定位和产品开发要体现互联网的特点。

适合做网上销售的产品的特点：

- (1) 产品标准化；
- (2) 重购性；
- (3) 时尚性；
- (4) 廉价性。

← 20-130  
R1  
S  
L

## 第四节 网络营销

### (★★) (二) 价格策略

网络营销中产品和服务的定价要考虑的因素：

1. 国际化；

2. 趋低化；

3. 弹性化；

4. 价格解释体系。



## 第四节 网络营销

### (三) 促销策略 (★)

网络促销：是指利用现代化的网络技术向虚拟市场发布有关产品和服务的信息，以激发消费者的需求欲望，刺激消费者购买产品和服务，扩大产品销售而进行的一系列宣传介绍、广告、信息刺激等活动。

## 第四节 网络营销

### (★★) (四) 渠道策略

1. **会员网络**：在企业建立虚拟组织的基础上形成的网络团体，**通过会员制**，促进顾客相互间的联系和交流，以及顾客与企业的联系和交流，**培养顾客对企业的忠诚，并把顾客融入企业的整个营销过程**，使会员网络的每一个成员都能互惠互利，共同发展。

### 2. **分销网络**

(1) **信息产品**：可直接在网上销售，需要较少甚至不需要分销商；

(2) **有形产品**：需要分销商。

## 第四节 网络营销

3. **快递网络**：对于提供有形产品的企业，需要通过快递公司的送货网络来实现。

4. **服务网络**：分为：网上产品服务营销、客户服务营销。

(1) **无形服务**：直接通过互联网实现服务功能；

(2) **有形服务**：建立服务网络，为不同区域的顾客提供及时的服务，也可以通过专业性服务公司的网络实现为顾客服务的目的。

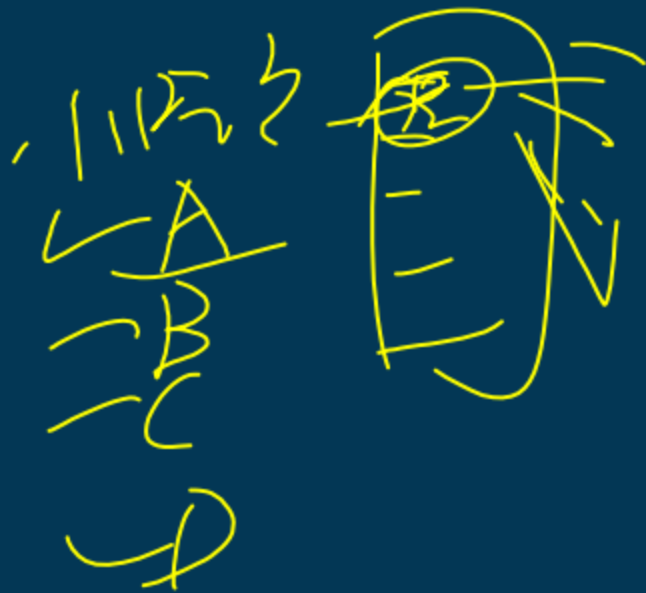
5. **生产网络**：企业要在一些目标市场区域建立生产中心或配送中心，形成企业的生产网络。

## 第四节 网络营销

### 四、网络营销的方式 (★★★)

(一) 搜索引擎营销: 基于搜索引擎平台的网络营销。

方法: 竞价排名、分类目录登陆、搜索引擎登录、付费搜索引擎广告、关键词广告、搜索引擎优化(搜索引擎自然排名)、地址栏搜索、网站链接策略等。





## 第四节 网络营销

(二) **博客营销**：通过**博客网站或博客论坛**接触博客作者和浏览者，利用**博客作者个人的知识、兴趣和生活体验**等传播**商品信息的营销活动**。

(三) **电子论坛营销**：**BBS营销**，利用**电子论坛**这种网络交流平台，通过**专业的电子论坛帖子**策划、撰写、发放、监测、汇报等流程，在**电子论坛空间提供高效传播**，包括：各种置顶帖、普通帖、连环帖、论战帖、多图帖、视频帖等。

## 第四节 网络营销

(四) 即时通信营销：即时通信工具推广产品和品牌的一种手段。有两种形式：网络在线交流；广告。

(五) 病毒式营销，利用的是用户口碑传播的原理，在互联网上，这种“口碑传播”更加厉害，可以像病毒一样迅速蔓延，常用于网站推广、品牌推广等。

(六) 网络知识性营销：是利用百度的“知道”“百科”或企业网站自建的疑问解答板块等平台，通过与用户之间提问、解答的方式来传播企业品牌、产品和服务的信息。

网络知识性营销

## 第四节 网络营销

(七) 网络事件营销：企业、组织主要以网络为传播平台，通过精心策划、实施可以让公众直接参与并享受乐趣的事件，并通过这样的事件达到吸引或转移公众注意力，改善、增进与公众的关系，塑造企业、组织良好的形象，以谋求企业更大效益的营销传播活动。

(八) 网络口碑营销：互联网上，通过消费者或企业销售人员以文字、图片、视频等口碑信息与目标客户之间进行互动沟通，两者对企业的品牌、产品、服务等相关信息进行讨论，从而加深目标客户的印象，最终达到网络营销的目的。

## 第四节 网络营销

### （九）网络直复营销

是指生产企业通过网络，直接发展分销渠道或直接面对最终消费者销售产品的营销方式，如：B2C、B2B等。

## 第四节 网络营销

(十) 网络视频营销：企业将各种视频短片以各种形式放到互联网上，达到宣传企业品牌、产品以及服务信息目的的营销手段。

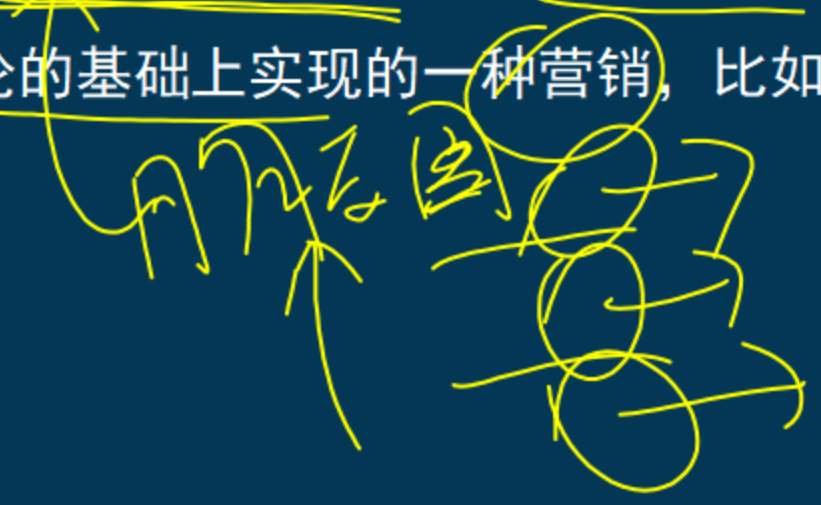
(十一) 网络图片营销：企业把设计好的有创意的图片，在各大论坛、空间、博客和即时聊天等工具上进行传播或通过搜索引擎自动抓取，最终通过传播企业品牌、产品、服务等信息，达到营销的目的。

(十二) 网络软文营销：又称“网络新闻营销”，通过网络上门户网站、地方或行业网站等平台传播一些具有阐述性、新闻性和宣传性的文章，包括一些新闻通稿、深度报道、案例分析等。

## 第四节 网络营销

(十三) 电商直播营销：电商直播营销，是一种主播基于网络平台和直播技术，推介商品并与消费者互动来促销的营销方式。商家通过主播的流量和口碑实现商品的规模化销售。消费者在主播的引导下进行购物，这种方式在本质上除了具有质量保障、折扣优势，还是一种精神消费活动。

(十四) SNS营销：即社会性网络服务。利用SNS网站的分享和共享功能，在六维理论的基础上实现的一种营销，比如：人人网、开心网等。



## 第四节 网络营销

【单选题】企业通过网络上门户网站、地方或行业网站等平台传播一些具有阐述性、新闻性和宣传性的文章，该企业采用的网络营销的方式属于（ ）。

- A. 搜索引擎营销
- B. 软文营销
- C. 病毒式营销
- D. 网络知识性营销

## 第四节 网络营销

网校答案：B

网校解析：网络软文营销又叫网络新闻营销，是指通过网络上门户网站、地方或行业网站等平台传播一些具有阐述性、新闻性和宣传性的文章，包括一些网络新闻通稿、深度报道、案例分析等，把企业、品牌、人物、产品、服务、活动项目等相关信息以新闻报道的方式，及时、全面、有效、经济地向社会公众广泛传播的新型营销方式。



## 第四节 网络营销

本节考点总结

网络营销的特点

网络市场调研的方法

网络营销方式。

(10)

送 → 答题  
BC4  
问答



谢谢观看

THANK YOU

