



第四节 网络营销



第四节 网络营销

【本节知识点】

【知识点】网络营销的概念和特点

【知识点】网络市场调研的概念和方法

【知识点】网络营销策略

【知识点】网络营销方式



第四节 网络营销

【知识点】网络营销的概念和特点

（一）网络营销的概念

网络营销是指基于互联网、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（9个）

1. 跨时域性

营销的最终目的是扩大市场份额。互联网能够超越时间约束和空间限制进行信息交换，使得营销脱离时空限制进行交易变成可能。企业有了更多时间和更大的空间进行营销，可随时随地提供全球性营销服务。



第四节 网络营销

2. 交互性

通过互联网展示商品图像、提供商品信息查询，实现供需互动与双向沟通。还可以通过互联网进行产品测试、消费者满意度调查等活动。互联网为产品联合设计、商品信息发布以及各项技术服务提供了合适的工具。



第四节 网络营销

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，通过信息提供与交互式交谈，与消费者建立长期良好的关系。

4. 经济性

通过互联网进行信息交换，代替实物交换，一方面可以减少印刷费用与邮递成本，实现无店铺销售，节约店铺租金、水电费用与人工成本；另一方面可以减少由于反复多次交换带来的时间等多种损耗。



第四节 网络营销

5. 多维性

网络营销是多维的，它能够将文字、图像和声音有机地组合在一起，传递视觉和听觉信息，让消费者从多个角度了解商品或服务，大大增强网络营销的实效。

6. 超前性

互联网是一种功能强大的营销工具，它同时兼具渠道、促销、电子交易、互动客服以及市场信息分析与信息提供等多种功能。它所具备的一对一营销特点，符合定制营销与直复营销的未来发展趋势。



第四节 网络营销

7. 整合性

一方面，网络营销将商品信息与收款、售后服务做了很好的集成，因此也是一种全程的营销渠道。另一方面，企业可以借助互联网将不同的营销活动进行统一设计规划和协调实施，以统一的传播方式向消费者传达信息，提高信息的可信度。



第四节 网络营销

8. 高效性

互联网传送的信息数量与精准度远超过其他媒体，并更适应市场需求，企业通过及时更新产品或调整价格，能够达到及时有效了解并满足顾客需求的目的。

9. 技术性

网络营销是建立在以高速发展的信息技术为支撑的互联网基础之上，企业实施网络营销必须有一定的技术投入和技术支持。



第四节 网络营销

【单选】企业通过互联网展示商品图像，提供商品信息查询来实现供需双方沟通，这体现了电子商务的（ ）。

- A. 交互性
- B. 多维性
- C. 经济性
- D. 整合性

答案：A

解析：交互式的体现在于互联网通过展示商品图像、提供商品信息查询，来实现供需互动与双向沟通，故选B。



第四节 网络营销

【知识点】网络市场调研的概念和方法

（一）网络市场调研的概念

网络市场调研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（重点）

1. 网络市场直接调研

网络市场直接调研指的是在互联网上收集一手资料或原始信息的过程。

按调研思路的不同，网络市场直接调研的方法有四种：网上观察法、专题讨论法、在线问卷法和网上实验法。其中，使用最多的是专题讨论法和在线问卷法。



第四节 网络营销

(1) 网上观察法。网上观察法主要是利用相关软件 and 人员记录用户浏览企业网页时所点击的内容。

(2) 专题讨论法。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。

(3) 在线问卷法。在线问卷法即请求浏览其网站的用户参与企业的各种调研。在线问卷法可以委托专业公司进行。

(4) 网上实验法。网上实验法可以通过在网络上投放广告进行实验，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

网络市场间接调研主要是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。

网上查找资料主要通过三种方法：

- (1) 利用搜索引擎。
- (2) 访问相关网站。
- (3) 利用网上数据库。



第四节 网络营销

【多选】下列网络市场调查的方法中，属于网络市场直接调研的方法有（ ）。

- A. 网上观察法
- B. 搜索引擎法
- C. 网上实验法
- D. 在线问卷法
- E. 数据库

答案：ACD

解析：网络市场直接调研的方法包括：网上观察法、专题讨论法、在线问卷法、网上实验法，故选ACD。