



第四节 网络营销

【知识点】网络营销策略

（一）产品策略

1. 产品形态

适合网上销售的产品有信息产品、有形产品和网上服务。

适合网上销售的产品具有以下特点：

（1）**标准化**。这类产品的质量 and 性质有统一的标准，产品之间没有多大的差异。

（2）**重购性**。这些产品需要在使用之后才能对产品的好坏作出评价，顾客通过重复购买逐渐熟悉产品的质量和性能，如化妆品、家居用品等。



第四节 网络营销

(3) **时尚性**。这类产品更容易在网上找到相关信息，如时装等。

(4) **廉价性**。网上的廉价产品能吸引顾客从线下消费转向线上消费。



第四节 网络营销

2. 产品定位

在消费者定位上，网络营销的产品和服务的目标应与互联网用户的需求一致，网络营销所服务的消费者首先是互联网用户，产品和服务要尽量符合互联网用户的特点。

3. 产品开发

互联网信息具有对称性，企业和消费者可以随时随地进行信息交换。



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以下四个因素。

（1）**国际化**。结合国际市场的需求状况和产品价格情况，确定本企业产品的价格策略。

（2）**趋低化**。要求企业以合理的低价格向消费者提供产品和服务。

（3）**弹性化**。网络营销具有互动性，消费者可以和企业就产品价格进行协商，即议价。另外，企业也可以针对每个消费者对产品和服务提出的不同要求制定相应的价格。



第四节 网络营销

(4) **价格解释体系**。企业通过互联网向消费者提供有关产品定价的资料，建立价格解释体系，为产品定价提供理由并解答消费者的疑问，使消费者认同产品价格。



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，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。

网络促销工具包括：导购、有奖促销、赠品促销、积分促销、虚拟货币促销、折扣促销、免费资源和服务促销等。



第四节 网络营销

（四）渠道策略

（1）会员网络。网络营销中一个最重要的渠道就是会员网络。会员网络是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，促进消费者之间的联系和交流，以及消费者与企业间的联系和交流，培养消费者对企业的忠诚，并把消费者融入企业的整个营销过程中，使会员网络中的每一个成员都能互惠互利。

（2）分销网络。企业提供的产品和服务不同，分销渠道也不同。①信息产品：企业可以直接在网上进行销售，需要较少的分销商，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，要把产品及时送到顾客手中，需要快递公司的送货网络来实现。

(4) 服务网络。网络营销服务分为网上产品服务营销和客户服务营销两种。

①无形服务：通过互联网实现服务功能；

②如果企业需要对消费者进行现场服务，企业就需要建立服务网络，为不同区域的消费者提供及时的服务，也可以通过专业性服务公司的网络实现为消费者服务的目的。



第四节 网络营销

(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，并同供应商的供货网络及快递公司的送货网络结合。



第四节 网络营销

【知识点】网络营销方式（11种，重点）

（一）搜索引擎营销

搜索引擎营销就是指利用人们对搜索引擎的依赖和使用习惯，在人们检索信息的时候尽可能将营销信息传递给客户，是目前主要的网络营销手段之一。搜索引擎营销主要方法包括：竞价排名、分类目录登录、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

博客营销是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。



第四节 网络营销

（三）网络社群营销

网络社群营销是指通过互联网将有共同兴趣爱好的人聚集在一个虚拟社交空间，通过发布有价值的内容、与客户互动、建立品牌形象等方式，将产品或服务推广给客户的一种营销方式。网络社区通常包括电子公告牌（BBS）、聊天室、讨论组。网络社群营销具有以下特点：



第四节 网络营销

①**精准定位**，即通过社交媒体平台的数据分析，精准地定位客户，实现广告的个性化投放。

②**互动性强**，即社交媒体平台具有较强的互动性，社群运营人员可以与客户进行实时互动，了解他们的需求和反馈。

③**内容创新**，即网络社群营销注重内容创新，旨在通过有趣、有价值的内容吸引客户的关注。



第四节 网络营销

（四）微信营销

微信营销是指利用微信平台开展营销活动的一种方式。微信平台拥有大量的用户，这使得企业可以通过微信将营销信息传递给大量客户。微信平台提供了文字、语音、视频、图片等多种沟通方式，以及“朋友圈”“小程序”“收藏”“公众号”等各种功能，使企业可以创建丰富的营销内容，并通过多种方式与客户互动。微信营销的优势是它可以直接触达客户，不需要通过中间商，可以大大节省企业开支。利用微信平台上的“朋友圈”“收藏”“公众号”，快速将产品推广到市场，吸引客户购买。



第四节 网络营销

（五）病毒式营销

病毒式营销是指利用**客户口碑传播**的原理开展营销活动的方式。在互联网上，利用“口碑传播”的营销内容可以像病毒一样迅速蔓延，因此，病毒式营销是一种高效的信息传播方式。而且，由于这种传播是**客户之间自发进行的**，病毒式营销几乎是不需要费用。病毒式营销是一种常用的网络营销方法，常用于进行**网站推广、品牌推广**等活动。



第四节 网络营销

（六）网络事件营销

网络事件营销是指企业主要以网络为传播平台，通过精心策划和实施让客户直接参与并享受乐趣的事件吸引或转移客户注意力，改善、增进与客户的关系，塑造企业良好的形象，以谋求更大效益的一种营销传播活动。



第四节 网络营销

（七）网络口碑营销

网络口碑营销是把传统的口碑营销与网络技术有机结合起来的一种新型营销方式，利用互联网互动性和便利性的特点，以文字、图片、视频等口碑信息与客户进行互动沟通，对企业的品牌、产品、服务等相关信息进行讨论，从而加深客户的印象，达到网络营销的目的。

（八）网络视频营销

网络视频营销指的是指企业将各种视频短片以各种形式放到互联网平台上，达到宣传企业品牌、产品以及服务信息目的的营销手段。



第四节 网络营销

（九）网络图片营销

网络图片营销是指企业把设计好的有创意的图片，通过各大论坛、博客和即时通信工具等平台进行传播，或通过搜索引擎自动抓取，使得企业品牌、产品、服务等信息广为人知，达到营销的目的。



第四节 网络营销

（十）网络软文营销

网络软文营销又称网络新闻营销，是指通过门户网站、地方或行业网站等平台传播一些具有叙述性、新闻性和宣传性的文章，包括网络新闻通稿、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、经济地向客户广泛传播的新型营销方式。



第四节 网络营销

（十一）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，推介商品并与客户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，客户根据主播的推介进行购物。这种营销方式在本质上除具有质量保障、折扣优势外，还是一种精神消费活动。



第四节 网络营销

【单选】某企业通过官方门户网站的新闻报道，把企业、品牌、产品、服务等相关信息及时、全面地向社会公众广泛传播宣传，该企业所采用的网络营销方式是（ ）。

- A. 病毒式营销
- B. 网络事件营销
- C. 网络软文营销
- D. 电商直播营销



第四节 网络营销

答案：C

解析：网络软文营销也叫做网络新闻报道，通过网站的新闻报道，把企业、品牌、产品、服务等相关信息及时、全面地向社会公众广泛传播宣传。故选C。



第四节 网络营销

【小结】

网络营销的特点	9个
网络市场调研的方法	1. 网络市场直接调研（网上观察法、专题讨论法、在线问卷法和网上实验法） 2. 网络市场间接调研（利用搜索引擎；访问相关网站；利用相关的网上数据库）
网络营销策略	（一）产品策略 （二）价格策略 （三）促销策略 （四）渠道策略
网络营销方式	11种

谢谢 观看

THANK YOU