

浅谈中小企业网络营销

杨国利 李佩 (石家庄信息工程职业学院)

摘要:中小企业实施网络营销,可以有效增添新的营销通路,提高客户满意度、提升品牌价值。目前,中小企业的网络营销现状不容乐观,存在诸多问题。本文针对其中存在的问题,提出了一些相关对策建议。

关键词:中小企业 网络营销 实践

1 网络营销的概念

笼统地说,网络营销就是以互联网为主要手段开展的营销活动。完整表述为以国际互联网络为基础,利用数字化的信息和网络媒体的交互性来辅助营销目标实现的一种新型的营销方式。威柏认为网络营销最直观的认识就是以客户为中心,以网络为导向,为实现企业目的而进行的一系列企业活动。

网络营销的形成和发展需要三个基础条件,即环境中商业竞争的加剧和网络信息技术的发展、消费者价值观的改变。同时具有鲜明的理论、市场的全球性、资源的整合性、明显的经济性、市场的冲击性等五个鲜明的特征。

2 中小企业网络营销的重要意义

互联网技术的出现和日臻成熟,为企业的发展提供了巨大的机会。在当前的网络时代背景下,借助互联网开展营销活动的企业越来越多,网络营销已经成为企业整体营销战略的重要组成部分。与传统营销方式相比,企业可以通过网络营销获取传统方式所无法获得的信息和经验,可以更及时的传达产品信息、交付产品、提供售后服务、收集顾客反馈并及时做出回应。同时,企业通过开展网络营销,提高了企业的品牌形象和社会知名度,为老客户搭建起快捷、立体的沟通平台以维系良好的合作关系,还可以快速获取新的客户、实现新的销售,提高企业经济效益。

中小企业通过建立网络营销体系,可以有效整合现有传统营销资源和网络资源,更便捷地收集市场信息,及时向目标客户群发布产品信息,并与其形成有效的互动,以企业网站为核心的网络渠道可以为中小企业增添新的营销通路、商务平台,并实时对客户订单、咨询、建议等作出反应,提高客户满意度。更重要的是,中小企业资金相对匮乏,网络营销的低成本让中小企业站在与大企业一样的起跑线上,进行企业、产品的推广以及提升品牌价值,花费很小的代价就可能获得较好的营销效果。与此同时,中小企业规模小、技术变革所需成本更少,因而更容易采用新的技术进行网络营销活动。

3 中小企业网络营销现状及原因分析

据CNNIC官方报告数据表明,目前国内已建设网站的企业大约有191万家。而在这些企业中,通过网络营销带来订单、客户和业绩的仅占一部分,众多的企业由于各种原因,并没有取得应有的营销效果。究其原因,主要有如下几个方面:意识差,不重视网络营销;投入结构不合理,存在重建设轻维护、重硬件轻软件、重技术轻管理等问题;网络体系建设水平低,缺少整体策划,手段单一、效果差;网络营销功能开发不足,内容不丰富,客户体验

差、销售转化率低。

中小企业多是家族式管理,由于自身成长阶段、规模、资金等原因,上述问题更为突出。要解决上述问题、充分发挥网络营销的功能,实现经济效益的提高,需要企业自身更新观念,正确配置人员和相关资源,构建起科学、合理、运行高效的网络营销体系。

4 中小企业网络营销途径

中小企业的网络营销需要完成的基本途径包括:

4.1 提高对网络营销重要性的认识 中小企业经营者要认识到网络营销在企业发展中的重要性,将网络营销提升到企业战略的层面来认真建设。通过加强人员的培训、加大对网络营销的投入力度,改变网络营销仅是“摆设”的局面,充分挖掘网络营销的作用与潜力,把网络营销视为提高营销水平、缩小与大企业差距的利器。

4.2 适宜的形式加强网络营销管理 中小企业要开展网络营销,还需要专业人才的支持。专业人才不仅需要市场营销方面的理论基础同时还应具备计算机方面的技能,因此需要加强专业人才的聘用或培养。中小企业要选择适宜自己发展阶段的途径,加强对网络营销的管理与维护,并及时对相关人员进行网络知识和相应网站管理技能的培训,为后续的网站维护、网络营销奠定基础。

4.3 建设和优化企业网站 网站是客户认识企业、了解企业产品的基本途径,建立并维护好公司的网站是做好网络营销推广、实现高效营销的基础。而据CNNIC官方报告数据表明,目前国内已建设网站的企业大约有191万家。而在这些企业中,通过网络营销带来订单、客户和业绩的仅占一部分,众多的企业由于各种原因,并没有取得应有的营销效果。

因此,提高企业对网站重要性的认识,加强网站建设及维护力度,保持网站的稳定性和相应的企业、产品形象,才能为做好后面的推广工作奠定基础。要按照公司营销型网站建设目标,重新设计公司网站、做好内容的更新和维护。

具体而言,包括建设企业网站、做好主流搜索引擎的收录工作,调整网站结构、增加网站功能(如增加在线交流、咨询)、添加公司最新业务内容和产品信息、添加公司新闻等,全面实现SEO目标下的网站结构和内容优化等。

4.4 多形式开展网络营销 中小企业要根据自身所处行业特点,综合运用多种手段进行网络营销,可以包括网络广告、搜索引擎营销、博客营销、第三方平台推广、短信营销、微信营销等。

参考文献:

- [1]石庆华.中小企业的网络营销探讨[J].经济与社会发展,2010(04).
- [2]舒曼,卜伟.中小企业有效网络营销策略探索[J].现代企业教育,2008(24).
- [3]李坤鹏.论我国中小企业网络营销手段的实施[J].开封大学学报,2010(01).