

# 论电子商务模式下的网络营销创新

浙江财经学院信息学院 唐林勋

**摘要:**随着市场经济的不断发展,现在电子商务正呈现蓬勃发展的趋势,如今不管是社会的大环境还是企业内部的小环境,传统的营销策略渐渐地不能满足人们的要求,这也是电子商务能够迅速发展的原因。网络营销与传统的营销方式有着极大的不同,它比传统的营销更加节省人力和物力,所以越来越多的企业开始采用网络营销这种方式来扩大市场。本文概述了电子商务模式下网络营销的内涵,分析了电子商务模式下网络营销的优势及不足,并就网络营销的创新进行了探讨。

**关键词:**电子商务 网络营销 创新策略

**中图分类号:** F724

**文献标识码:** A

**文章编号:** 1005-5800(2013)01(b)-021-02

众所周知,如今的社会是网络信息化的时代,越来越多的工作离不开网络的参与,不管是新事物的开发还是传统的知名企业,网络信息对其产生的影响越来越大,因此各大传统知名品牌逐渐吸收网络信息化技术来帮助自己在激烈的市场竞争中稳固自身的地位。目前,网上购物已经成为家喻户晓的常事,越来越多的人都参与它,因为它比传统的购物更加快捷便利。据统计,我国的电子商务事业在2008年的时候就呈现猛增的趋势,而到了2009年的时候,电子商务的交易额就已经突破了3.6万亿元,电子商务的发展势不可挡。根据CNNIC发布的数据,到2010年6月底,中国的网民数量已突破4亿,互联网普及率升至38.9%,同比增长2.9%。2012年11月11日,仅淘宝网和淘宝商城日成交额就高达191亿元之多。通过上述的数据显示,中国还存在大量的潜在的消费者,也就意味着中国还有广大的市场,这让企业对生产产生了极大的信心,传统的知名企业增加了电子商务这样的一种手段,更有利于他们的商业的活动,通过这样的手段不仅可以增加他们的销量额,同时也是将自己的品牌更深层次地展现在消费者的面前。所以不管从企业的角度还是从消费者的角度,研究电子商务有着重大的意义。

## 1 电子商务模式下网络营销概述

所谓电子商务模式就是指通过网络这样虚拟的环境完成交易的模式,电子商务模式可以根据不同角度构建不同的框架,最普遍的就是根据不同的交易对象而对其进行划分,B2C、B2B、C2C。其实我们都能理解网络营销为什么能够产生,最主要的原因是网络信息化的技术的发展,其次就是消费者自身价值观逐渐的改变,最后就是市场的竞争越来越激烈,这些因素都是促成网络营销的产生。人们对网络营销有着不同的定义,一个是从广义上说的,另一个是从狭义上说的,广义上的网络营销是指以互联网为媒介,通过数字化的信息来实现营销的目的。

从狭义角度,网络营销是企业交易活动实现营销目标的新型营销模式,是建立在多媒体计算机和互联网基础之上的、是借助于互联网技术的一种新的营销方式。

网络营销的方式并不是单一的,当今最热门的营销模式就是即时通讯营销,还有一种模式就是在游戏中插入广告,因为目前有许多人都是偏爱玩游戏的,所以在游戏中插入广告是一种有效的方式。网络广告这种营销模式在目前来说还是比较流行的,这样做可以将企业品牌输入到消费者的心目中,也许在短时间效果并不是很大,但是随着时间的积累,消费者在购买商品的时候会自觉地挑选这个商品,这其实也是企业进行网络广告的最终目的。现在有不少的企业开始是想会员制,会员制最大的好处就是吸引顾

客,然后将这些顾客纳为本企业的固定顾客,换句话说就是让这些消费者成为这个企业的忠诚顾客。在主要的搜索引擎上注册并获得最理想的排名,是网络营销的基本任务,也是最常用的网络营销方法之一。

## 2 电子商务模式下的网络营销优势及不足

### 2.1 电子商务模式下的网络营销优势

事实上,网络营销对于我们来说并不是一件陌生的事,主要是利用互联网作为媒介,不管你身处何方,你属于哪个企业或是哪个团体中的,只要有互联网就可以通过网络实现信息的传递。它的优势主要有以下几点:

**脱离时空约束。**我们都经历过传统的营销模式就是在一定的时间和一定的空间买卖双方进行交易,而网络营销克服了传统营销的弊端,既节约了时间,也节约了空间,彻底解决了时空的难题。这样企业就获得了更加丰富的营销时间和更加广阔的营销空间,能更好地帮助扩大市场份额,提高销量,增加利润。

**交互式多媒体。**网络交易并不是单向的,而是双向的,买卖双方可以随时进行交流,而且交流的方式多样,既可以是文字、图片,也可以是语音。卖家可以在网络上对自己所需要的商品进行调查,在开网店的时候,也可以为自己的商品设置不同的查询系统,在与买家进行交流的时候也是极为便利的。把营销人员的能动性和创造性发挥到最大,而顾客也可以向商家进行询问、商讨、投诉、建议等。

**经济性。**互联网可以有效地帮助商家节约成本,因为在传统的营销模式中,需要经历多次中间商的转手,这样就增加了成本。除此之外,网络营销可以免去店面租金,工人工资和水电费也随之减少,这样商家可以通过降价来吸引更多的顾客,也使交易效率大大提高。

**整合性。**网络交易比传统的交易更加全面,不仅表现在买卖双方完成交易上,更重要的是从商品的信息发布到最终的售后服务都是有保障的,这使消费者更加安心地购买商品。企业在进行营销活动的时候,首先需要合理的规划,然后再通过网络进行传达信息,这样就避免了不同传播渠道造成的信息不一致。

### 2.2 电子商务环境下网络营销存在的不足

**观念落后。**由于网络营销在社会上占得地位越来越重,所以有许多企业开始使用互联网这个媒介,但是结果总是不理想,主要是因为他们还是按照传统的思想来使用新的技术,而且本身对网络营销并没有深刻的理解,除此之外,他们的专业化水平还不够,尤其表现在操作人员上面,再加上他们的人力、物力都是非常地缺

乏,网络营销很大程度上停留在网络广告和网络促销上面。

法规不健全。关于网络营销上的法律法规还没有健全,主要原因是因为我国电子商务是近年才发展起来的,所以相关的法律法规需要逐步完善,当然网络营销与传统营销是有区别的,因此在制定法律法规上也是有所差异的,如果两者没有区别,这将会引发一系列相应的法律问题。

信用难保证。如今,由于电子商务方面的法律法规并没有完善,有些不法商家利用法律的漏洞进行一些不诚信的行为,这些行为让一些消费者对电子商务失去了信任,在一定程度上制约了我电子商务的发展,因此,必须要对电子商务环境下的网络营销模式进行创新。

### 3 电子商务模式下网络营销创新

#### 3.1 网站品牌形象营销

互联网作为新一代的媒体,比其他媒体有着更多的优势,主要的特点就是不受时间和空间的限制,用户可以随时随地对企业进行了解,不必担心因为时间或者空间的问题,企业也可以随时随地向用户介绍自己的产品,以及一些关于企业文化方面的知识。企业通过这种途径将自己的经营理念传播到广大的消费群众中,在消费者心中树立良好的印象,帮助企业树立品牌,任何一家企业都有自己的目的,但是他们都有一个共同的目的,那就是让自己的品牌走向大江南北。品牌形象对B2B网站至关重要。互联网信息的传播速度随着科技的进步在加快,顾客选择电子商务网站时,通过网上各种信息渠道可以迅速寻找到知名度较高的网站。

对于一个刚刚建立起来的企业来说,口碑上的宣传会带给其带来极大的好处,它可以提高企业的知名度,促进企业更好的发展。其实企业经营成功主要依靠三个重要的因素,这也是企业所必须要实行的战略。首先,企业要规划一个良好的经营战略。其次就是要有先进的科技作为手段,再次就是要诚信经营。只有做到以上的三点,无论哪个企业都会步向成功的殿堂,这三点应该每一个企业都需要时刻谨记的。

#### 3.2 网络+电视购物营销

时下有一种比较时尚的营销模式,那就是网络+电视购物的模式,这种模式主要是将电子商务与电视相结合,这种模式被称作B2B2C模式。通过这种模式,既有了网络的优势,同时也利用了电视的优势,两者结合起来确实能够创造很好的营销成绩。具体的特征就是利用网络作为购物的平台,而电视只是将产品更好地展现在消费者的面前,在网络方面主要包括三项内容,一是商品的提报,二是商品的销售,三是商品的售后服务。确保商品的质量,最终赢得消费者购买的信任,最终将企业做强做大。这就是这种模式最大的优势。一直以来电视购物最大的问题都是“好买不好退”,甚至近些年来已经成为了消费者投诉的热点问题。据了解,目前全国共有上千家电视购物公司,其中不少是“打一枪换一个地方”的“游击队”,他们常通过主持人夸张的叫卖和虚假广告销售伪劣产品。当消费者发现自己上当受骗以后就会立即找销售商,那时候对方已经逃之夭夭,对于这些不合格的商品,根本就难以退货,如果采用的是网络销售的话,可以以第三方为担保,这样的话不仅使消费者购物更踏实,同时他们所购买的商品也是有所保障的。所以说网络销售为企业提供了一个很大的销售平台,更是消费者维护其权益的平台。

#### 3.3 C2B个性化消费模式

所谓C2B个性化消费模式就是为了满足一些草根阶级的消费者需求,就通过这种模式来实现一种高质量低成本的交易,通过这种个性化的模式来将社会上一些零散的需求聚集在一起而形成一种较大的订单,通过与商家讲价,目的使价格得到最小化,实现低成本。事实上这种个性化的消费模式具有一些灵活性,因为在价格上有让步的余地,所以也能够被消费者所接受,进而能够增加企业的销售量。目前C2B主要是通过“限时团购”、“随时退款”、“三重保障”、“单人团购”等特色来吸引消费者。

#### 3.4 开展企业博客营销

现如今,人们交流沟通的工具越来越多,就拿博客来说,越来越多的人已经注册了博客,其实博客不仅仅可以用来私人交流,同时它也可以帮助人们扩大市场,而作为商业用途的话应该被称为是企业博客了,在博客上可以对商品进行详细的介绍,而且可以留下自己的联系方式,这样的话,消费者如果对你的产品感兴趣,它也为你和消费者搭建一个交流沟通的平台。当然,企业博客应该突出本企业的特色。在企业博客中上传视频、文章、图片等内容,将企业公关事件、产品介绍、在线订购,通过精准传播和个性化服务与顾客进行互动。企业利用博客开展网络营销时,预先制定完整方案是实现网络长期聚焦效应的重要保证。

### 4 结语

利用电子商务这个手段需要建立一个优良的营销渠道,而且需要突破传统,不能墨守成规,这样可以帮助企业降低自己的成本,同时也可以扩大它的市场,如果营销渠道是正确的,并且取得了一定的成绩,那么企业就可以冲破国内市场,走向国际市场。总之,企业只有正视自己,积极创新电子商务营销策略,才能发挥自身的优势,弥补自身的不足,在激烈竞争的电子商务领域占有自己应有的地位。

### 参考文献

- [1] 杨路明,季宁.电子商务环境下传统品牌企业网络营销策略分析[J].电子商务,2012(04).
- [2] 何美武.电子商务下企业营销环境的分析[J].中国商贸,2012(2).
- [3] 王亚男.电子商务环境下企业创新探讨[J].中国电子商务,2012(8).
- [4] 张岳.营销渠道策略的选择[J].企业改革与管理,2011(01).
- [5] 邓美秋.电子商务模式下的网络营销渠道研究[J].中国商贸,2012(03).