



石家莊鐵道大學
SHIJIAZHUANG TIEDAO UNIVERSITY

在线开放课程

网络营销

网络营销基本功能与基本理论

主讲：赵宁

目录



在线开放课程

- 1. 网络营销功能
 - 品牌价值扩展和延伸
 - 信息搜索与信息发布
 - 销售渠道的开拓
 - 网上市场调研
 - 客户关系管理
- 2. 网络营销基本理论

功能：品牌价值扩展和延伸



在线开放课程

- 网络营销的核心思想就是“营造网上经营环境”其主要功能有：

(1) 网络品牌—品牌价值扩展和延伸

- 品牌是使某个产品或企业与其他产品企业区分开的标志。
- 网络营销的重要任务之一是通过一系列的措施，在互联网上建立并推广企业的品牌

功能：品牌价值扩展和延伸

电子商务企业，其网络品牌建设是以企业网站建设为基础，因此企业网址推广是其网络营销最基本的职能之一，且显得更为迫切和重要。

品牌识别要素

- 标准字体
- 大小
- 颜色
- LOGO
- 配色和位置



功能：信息搜索与信息发布



在线开放课程

(2) 信息搜索与信息发布

- 信息搜索是网络营销进击能力的一种，在网络营销中，可利用多种搜索方法，主动、积极地获取有用信息和商机
- 发布信息是网络营销的主要方法，也是其基本职能。网络营销可以在任何时间将信息以最佳形式发布到全球的任何地点，而且，网络营销中的信息发布是**双向互动**的

功能：销售渠道的开拓

(3) 销售渠道的开拓

- 网上销售是企业销售渠道在网上的延伸，网上渠道建设不应限于网站本身，还应包括建立在综合电子商务平台上的网上商店、与其他电子商务网站不同形式的合作等
- 网络的传播、扩散能力打破了传统经济的经济壁垒、地区封锁、交通阻隔、信息封闭等，对销售渠道的开拓有重要促进作用

功能：网上市场调研

(4) 网上市场调研

- 在激烈的市场竞争条件下，主动的了解商情、研究趋势、分析客户心理、窥探竞争对手动态是确定竞争战略的基础和前提
- 通过在线调查表或者电子邮件等方式，可以完成网上市场调研，获得充分的市场信息
- 相对传统市场调研，网上调研具有高效率、低成本的特点

功能：客户关系管理

(5) 客户关系管理

- 客户关系管理源于以客户为中心的管理思想，旨在改善企业与客户之间关系，是企业重要的战略资源。
- 网络营销中，通过客户关系管理，将客户资源管理、销售管理、市场管理、服务管理、决策管理集于一体，将原本各自为战的销售、市场、售前和售后服务与业务统筹协调起来

网络营销理论—整合营销理论



在线开放课程

- ✓ **迈卡锡的4P组合**：在传统市场营销策略中，产品（Product）的价格（Price）、宣传和销售的渠道、商家或厂家所处的地理位置（Place）以及企业促销（Promotion）策略等就成了企业经营、市场分析和营销策略的关键性内容。
- ✓ 网络营销要求把消费者整合到整个营销过程中，从客户需求出发开始整个营销过程，**同时考虑消费者需求和企业利润**。这就是舒尔兹提出的以**4C组合代替4P组合**的整合营销理论。

整合营销理论



在线开放课程

- ✓ 先不急于制定产品策略 (product) ，而以研究消费者的需求和欲望 (Consumer 's wants and needs) 为中心，卖消费者想购买的产品。实际上就是指在产品开发的基础上企业应当更注重消费者的需要，在满足消费需求中获取利润，实现企业和顾客之间的双赢。例如：Dell 的网上产品定制：自己组合、设计。

整合营销理论



在线开放课程

- ✓ 暂时把定价策略 (Price) 放到一边，而研究消费者为满足其需求所愿付出的成本 (Cost)，并依据该成本来组织生产和销售。
- ✓ 例如：美国通用的用户首先确定接受的价格标准，然后系统根据价格的限定从中显示符合要求式样的汽车

整合营销理论



在线开放课程

- ✓ 忘掉渠道策略 (Place)，着重考虑怎样给消费者方便 (Convenience) 以购买到商品。例如：沃尔玛取得成功的经验之一是其店面设于地价较低的区域及选址“方便”的策略。
- ✓ 抛开促销策略 (Promotion)，着重于加强与消费者沟通和交流 (Communication)。沟通策略是企业与顾客之间进行双向的营销信息沟通，使顾客参与到企业的产品开发和生产之中。

其他营销理论

- ✓ **软营销理论**是针对工业时代的大规模生产的“强式营销”提出的新理论，它强调企业进行市场营销活动的同时必须尊重消费者的感受，让消费者能舒服的主动接收企业的营销活动。
- ✓ 美国著名AOL公司曾经对其用户强行发送E-mail广告，结果招致用户的一致反对，许多用户约定同时给AOL公司服务器发送E-mail进行报复，结果使得AOL的E-mail邮件服务器处于瘫痪状态，最后不得不道歉平息众怒。

其他营销理论

- **直复营销理论**是一种为了在任何地方产生可度量的反应和（或）达成交易而使用一种或多种广告媒体的相互作用的市场营销体系。
- 直复营销中的“直”（Direct），是指不通过中间分销渠道而直接通过媒体连接企业和消费者
- 直复营销中的“复”（Response），是指企业与消费者之间的交互，消费者对这种营销努力有一个明确的回复（买还是不买）。
- 网络营销是一类典型的直复营销。

其他营销理论

✓ **关系营销**通过加强与客户的联系，提供高度满意的产品或服务，达到与客户保持**长期关系**、并在此基础上开展营销活动、实现企业营销目标的目的。其核心是**保持客户**。

★ 认识到企业与消费者的关系不断变化，市场营销的核心应从过去简单的一次性交易关系转变到注重保持**长期的关系**上来。

小结

- 本部分分析了网络营销的基本功能：品牌价值扩展和延伸、信息搜索与信息发布、销售渠道的开拓、网上市场调研、客户关系管理等，并分析了网络营销的基本理论：整合营销、直复营销、软营销和关系营销。