



石家莊鐵道大學
SHIJIAZHUANG TIEDAO UNIVERSITY

在线开放课程

网络营销服务

网络营销服务概述

主讲：王学辉

目录

- 1.1 网络营销服务的兴起
- 1.2 网络营销服务分类与特点
- 1.3 网络顾客服务需求
- 1.4 网络营销个性化服务

1.1 网络营销服务的兴起



在线开放课程

- 个性化服务
- 一对一服务
- 服务营销
- 全球营销

1.2 网络营销服务分类与特点



在线开放课程

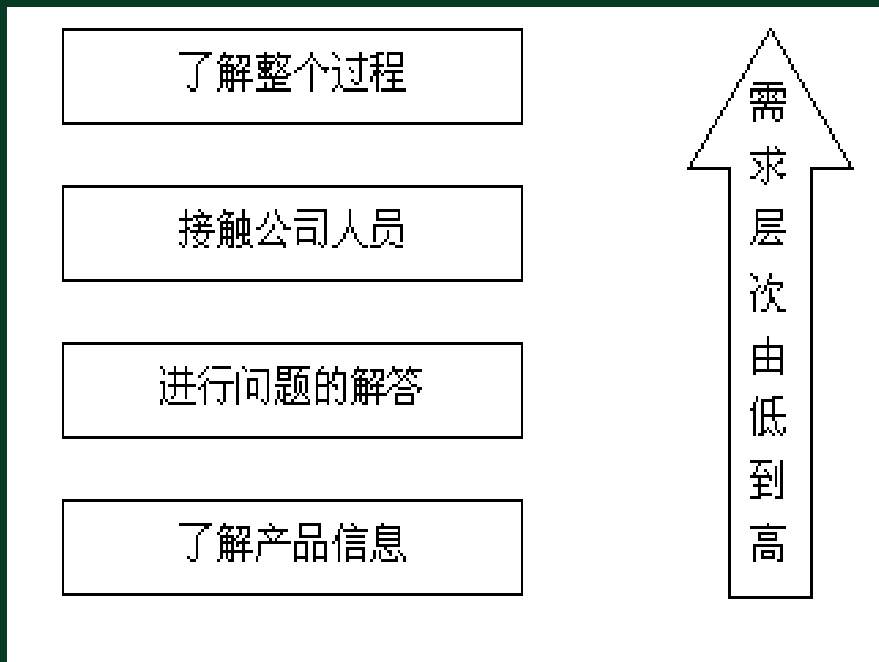
1. 网络营销服务的分类

- (1) 纯有形货物的伴随服务
- (2) 伴随服务的有形货物
- (3) 主要服务伴随的小物品和小服务
- (4) 纯服务

2.网络营销服务的特点

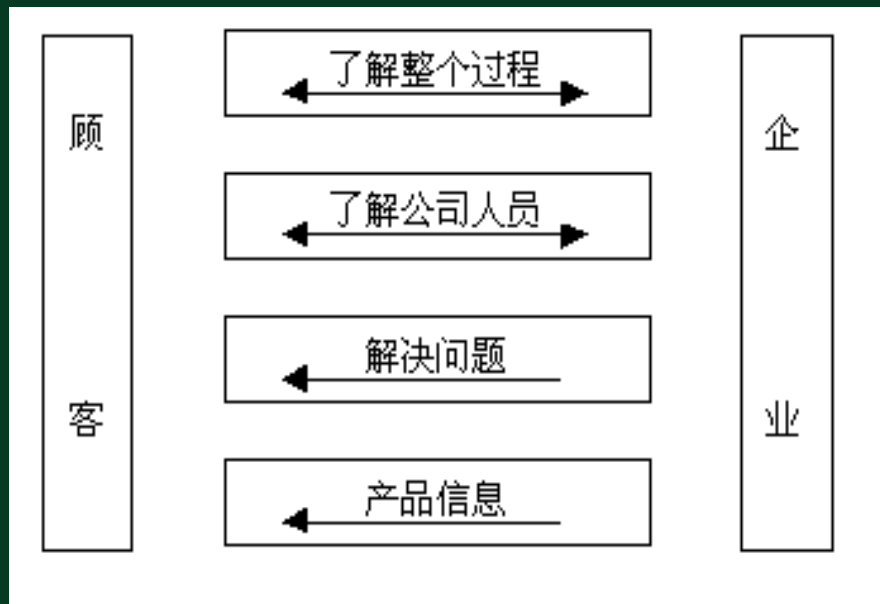
- (1) 增强顾客对服务的感性认识
- (2) 突破时空不可分离性
- (3) 提供更高层次的服务
- (4) 顾客寻求服务的主动性增强
- (5) 服务成本效益提高。

1.3 网络顾客服务需求



服务的需求层次

网上顾客服务需求四个方面的内容，不是完全独立的，他们之间是一种相互促进的关系。最终不仅实现了“一对一”关系的建立，而且不断地巩固、强化公司与顾客的密切关系。



1.4 网络营销个性化服务

1. 网络营销个性化服务的涵义

个性化服务（Customized Service），也叫定制服务，就是按照顾客特别是一般消费者的要求提供特定服务。有以下三方面内容：
：服务时空的个性化；服务方式的个性化；
服务内容的个性化。

2. 网络营销个性化的信息服务

(1) 网络营销个性化的信息服务方式。

- 页面定制
- 电子邮件定制方案
- 需要客户端软件支持的定制服务

(2) 网络营销个性化信息服务应注意的问题。

- 个性化服务是否适合于企业的网站应用，应用在网站的哪个环节上，需要具体情况具体分析。
- 应用个性化服务首先要做的是细分市场，细分目标群体，同时准确地确定不同群体的需求特点。
- 市场细分的程度越高，需要投入到个性化服务中的成本也会相应提高，而且对网站的技术要求也更高。

3. 网络营销个性化服务的意义

细分市场，提供个性化服务。

4. 实施网络营销个性化服务的注意问题

(1) 一次建立一个联系

(2) 重视顾客的长期价值

小结

- 网络营销服务的分类与特点
- 网络营销个性化服务

