



石家莊鐵道大學  
SHIJIAZHUANG TIEDAO UNIVERSITY

在线开放课程

网络营销服务

# 网络营销服务的实施与管理

主讲：王学辉

# 目录



在线开放课程

2.1 网络营销过程服务

2.2 网络营销服务工具及运用

2.3 网络营销服务管理

## 2.1 网络营销过程服务

### 1. 交易前的网络营销服务

这一阶段主要是指买卖双方和参与交易各方在签约前的准备活动，包括在各种商务网络和互联网上寻找交易机会，通过交换信息来比较价格和条件，了解各方的贸易政策，选择交易对象等。

## 2.交易中的网络营销服务

(1) 交易谈判和签订合同。

(2) 办理交易进行前的手续。

## 3.交易后的网络营销服务

交易后包括交易合同的履行、服务和索赔等活动。

## 2.2 网络营销服务工具及运用

### 1. 网络营销服务工具

(1) Web。World Wide Web（简称Web）是人们谈论得最多的网上发明。

(2) E-mail和邮件列表。邮件列表是最有效的一种E-mail形式。一个邮件列表就是对于一个给定的主题需要获得信息的读者的名单。

- (3) 新闻组。通过新闻组，可以使企业所提供的产品或服务出现问题时得到及时解决，为客户排忧解难。
- (4) 在线服务。
- (5) 推送技术。推送技术（Push Technology）是将信息传递给被连接用户的最现代化的方式。

## 2. 网络营销服务工具的运用

(1) 人们如何使用网上资源。

- Web在网上占有很大比重
- 几乎所有的上网用户都使用E-mail
- 只有半数的上网用户使用新闻组：
- 用户频繁地上网：
- 具有参考价值是Web的最大用处：
- 人们正在Web上工作

(2) 人们是怎样进行网上浏览的。

- 人们依靠搜索引擎来发现站点。
- 人们使用书签进行浏览。
- 最大的问题是速度、断线和站点查询。
- 用户关心的是网上的审查制度、隐私问题和导航。
- 人们在网上浏览不会付费。



## 2.3 网络营销服务管理

### 1. 网络营销服务战略规划

网络营销服务战略规划是网络营销服务首先要关注的内容，也是企业网络营销服务的方向

。

## 2. 网络市场调研

(1) 网络上的调研策略。主要有两种：识别公司站点的访问者；在公司站点上进行市场调研。

(2) 网络上市场调研的步骤：选择搜索引擎；确定调研对象；查询相关调研对象；分析人口统计信息；确定适用的信息服务；分析市场变化。

### 3. 网页策略

网页设计的原则、网上企业站点的结构、  
网页的内容、网页推销

## 4. 网络广告策略及技巧

- (1) 如果可能的话，给读者以选择的余地。
- (2) 在每一页上都包括一即时回复的E-mail地址或按钮。
- (3) 尽力促使浏览者采取行动。
- (4) 网络广告最受欢迎方面之一是它和其他站点的链接。
- (5) 要保证将重要的信息放在页面的顶部，让即使浏览者不愿意翻页也能获得重要内容。

## 5. 网络公共关系策略

- (1) 与新闻记者建立友好关系的策略。
- (2) 与垂直型网络的公共策略。
- (3) 与邮件清单的公共关系策略。
- (4) 新闻组、网络论坛上的公共关系策略。

## 6. 网络渠道策略

- (1) 订货系统与订货信息管理。
- (2) 网上运货跟踪。
- (3) 库存跟踪。
- (4) 订单追踪。

# 小结



在线开放课程

网络营销过程服务

网络营销服务工具及运用

网络营销服务管理