



石家莊鐵道大學
SHIJIAZHUANG TIEDAO UNIVERSITY

在线开放课程

网络营销战略计划

网络营销战略分析

主讲：王学辉

企业战略：是指企业为了适应未来环境的变化，寻找长期生存和稳定发展的途径，并为实现这一途径优化配置企业资源、制定总体性和长远性的谋划与方略。

营销战略：是企业战略的重点，因为企业战略的实质是实现**外部环境、企业实力与企业目标**三者的动态平衡。

目录



在线开放课程

- 1.1 网络营销战略目标
- 1.2 网络营销战略分析内容
- 1.3 网络营销战略模式选择
- 1.4 网络营销战略规划与控制

1.1 网络营销的目标

不同类型的企业有其不同的网络营销目标：

1.销售型网络营销目标

是指建造网站主要是为企业拓宽销售网络，借助网上的交互性、直接性、实时性和全球性为顾客提供方便快捷的网上销售点(Network Point of Sale)。

2.服务型网络营销目标

主要为顾客提供网上联机服务，顾客通过网上服务人员可以远距离进行咨询和售后服务。

3.品牌型网络营销目标

主要在网上建立自己品牌形象，加强与顾客直接联系和沟通，建立顾客的品牌忠诚度，为企业的后续发展打下基础，以及配合企业现行的营销目标实现。

4.提升型网络营销目标

主要通过网络营销替代传统营销手段，全面降低营销费用，改进营销效率，促进营销管理和提高企业竞争力，目前的DELL、Amazon、Haier等站点属于此类型。

5.混合型网络营销目标

想同时达到上面几种目标，如Amazon通过设立网上书店作为其主要销售网络，既是销售型，又是品牌型，同时还属于提升型。

1.2 网络营销战略分析内容

- 互联网的功能使网络营销可以扩大企业的视野，重新界定市场的范围，缩短与消费者的距离，取代人力沟通与单向媒体的促销功能，改变市场竞争形态。
- 企业网络营销战略的重点也相应体现在以下几个方面：

1. 顾客关系的再造

网络营销能否成功的关键是如何跨越地域、文化、时空差距，再造顾客关系，发掘网络顾客、吸引顾客、留住顾客，了解顾客的愿望以及利用个人互动服务与顾客维持关系，即企业如何建立自己的顾客网络，如何巩固自己的顾客网络。

2. 定制化营销

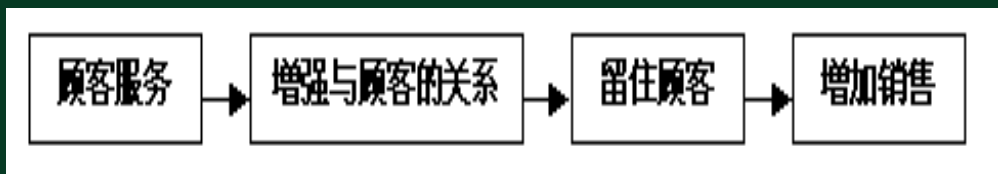
网络环境下，巩固顾客、扩大网上销售的重要战略手段是通过定制化营销，提升顾客满意度。所谓定制化营销是指利用网络优势，一对一地向顾客提供独特化、个人化的产品或服务。

3. 建立网上营销伙伴

网络营销争取顾客的关键在于如何适时获取、分析、运用来自网上的信息，如何运用网络组成合作联盟，并以网络合作伙伴所形成的资源规模创造竞争优势。建立网络联盟或网上伙伴关系，就是将企业自己的网站与他人的网站关联起来，以吸引更多的网络顾客。

1.3 网络营销战略模式选择

1. 留住顾客增加销售



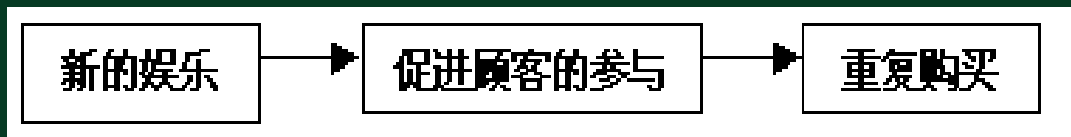
2. 提供有用信息刺激消费



3. 简化销售渠道、减少管理费用



4. 让顾客参与、提高客户的忠诚度



5. 提高品牌知名度获取更高利润



6. 数据库营销

1.4 网络营销战略实施与控制



在线开放课程

1. 网络营销战略的规划

(1) 目标规划：在确定使用该战略同时，识别与之相联系的营销渠道和组织，提出改进目标和方法；

(2) 技术规划：网络营销很重要的一点是要有强大的技术投入和支持，因此资金投入和系统购买安装，以及人员培训都应统筹安排；

- (3) 组织规划：实行数据库营销后，公司的组织需进行调整以配合该策略实施，如增加技术支持部门，数据采集处理部门，同时调整原有的推销部门等；
- (4) 管理规划：组织变化后必然要求管理的变化，公司的管理必须适应网络营销需要，如销售人员在销售产品同时，还应记录顾客购买情况，个人推销应严格控制以减少费用等。

2. 网络营销战略的实施

网络营销战略的实施是一系统工程，**首先**应加强对规划执行情况的评估，判定是否充分发挥该战略的竞争优势和有无改进余地；**其次**是对执行规划时的问题应及时识别和加以改进；**再次**是对技术的评估和采用，目前的计算机技术发展迅速，成本不断降低同时功能显著增强，如果不跟上技术发展步伐，很容易丧失网络营销的时效性和竞争优势。采取新技术可能改变原有的组织和管理规划，因此对技术控制也是网络营销中的一个显著特点。

小结



在线开放课程

- 网络营销战略目标的制定
- 网络营销战略模式的选择

