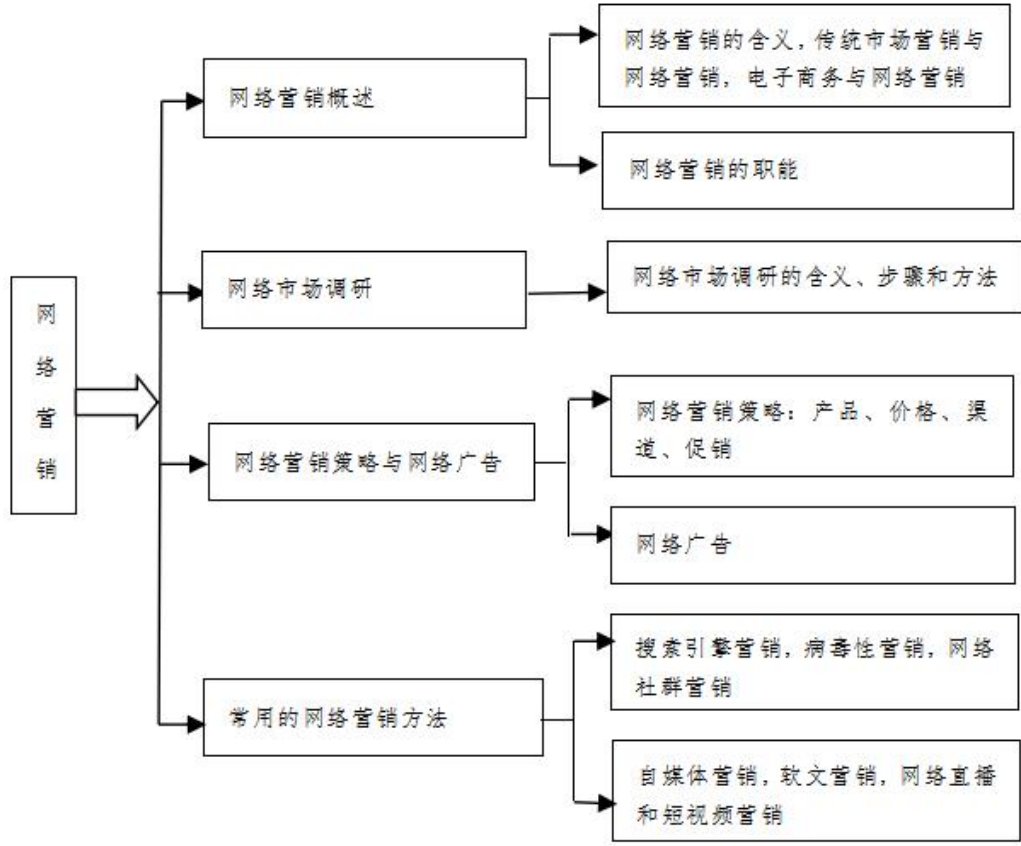


第七章

网络营销



【知识框架图】



目录

Contents

第一节

网络营销概述

第二节

网络市场调研

第三节

网络营销策略
与网络广告

第四节

常用的网络
营销方法

本章学习要求

【知识目标】

1. 掌握网络营销的含义及网络营销的职能。
2. 了解网络市场调研的方法。
3. 熟悉网络营销策略的应用与网络广告的形式。
4. 掌握常见的网络营销方法。

【技能目标】

1. 能够写出网络市场调研报告。
2. 学会运用网络营销策略为企业制订网络营销方案。
3. 学会运用网络营销方法为企业做产品或网站推广。

引例1

如何提升网络营销效果

随着时代发展，信息传播途径、用户习惯、商业环境都有了翻天覆地的变化，如何进行营销创新，如何吸引用户参与，网络营销正不断面临新的挑战。2018年9月29日，支付宝在新浪微博发起了“祝你成为中国锦鲤”的微博转发抽奖活动，活动上线6小时，微博转发便破百万，成为微博有史以来转发量最快破百万的企业微博，最终这条微博共收获了400多万条转评赞，2亿次曝光量。这次活动也成为微博有史以来势头最大、反响最强烈的营销活动之一，有效地实现了**病毒式社交传播**。在重重的营销挑战中，支付宝利用微博打造了一场教科书级别的营销案例，为行业树立了标杆，实现了超预期的营销效果。

引例2

如何进行网络营销

3A汽车集团公司生产新能源电动轿车，在国内外新能源汽车市场上具有一定的影响力。目前，该公司拥有企业官方网站、官方微博、官方微信公众号等自有网络营销资源，同时也借助搜索引擎、社交媒体网站等第三方平台积极开展促销宣传，进行车型介绍、信息发布、价格查询，客户咨询服务等。小张是该公司的一名网络营销专员，他应如何通过各种网络营销方法提升企业知名度及产品销售业绩呢？

01

网络营销概述

第一节 网络营销概述

网络营销的含义

传统市场营销
与网络营销

电子商务与
网络营销

网络营销的职能



学而思，思而学

网络营销能代替传统的市场营销活动吗？为什么？



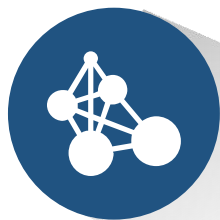
一分钟带你快速认识网络营销，感受一下网络营销的魅力！

一、网络营销的含义

网络营销是基于**互联网络及社会关系网络**，连接**企业、用户及公众**，向用户及公众传递有价值的信息和服务，为实现**顾客价值及企业营销目标**所进行的**规划、实施及运营管理活动**。

二、传统市场营销与网络营销

1. 网络营销由传统营销的4P策略转向4C策略



消费者
Consumer



成本
Cost



方便
Convenience



沟通
Communication

第一节 网络营销概述

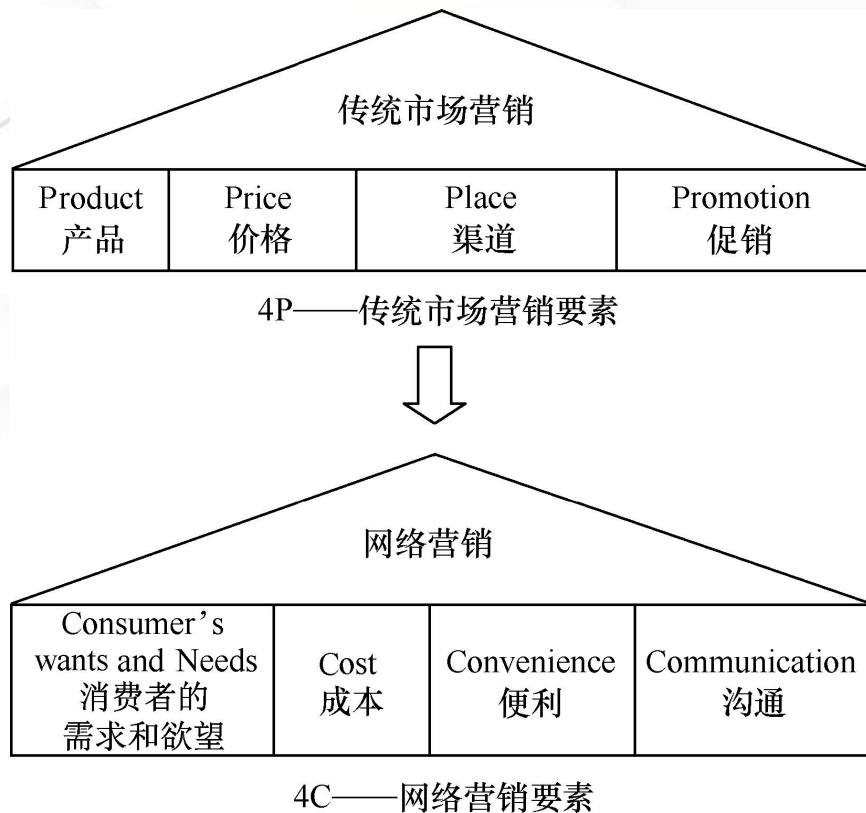


图7.1 传统市场营销的4P策略与网络营销的4C策略

视野拓展


2012年之后，小米手机的成功可以说完美地展示了4C理论的实际运用。推荐读者课外观看《商战之电商风云》第5集中“小米—电商品牌的奇迹”片段，与本节学习的网络营销特点、职能、4C策略等内容做对照分析。

<https://tv.cctv.com/v/vs3/VIDA1400227927073201.html>




2. 网络营销与传统市场营销的整合



 4P策略与4C策略的整合

 传播统一性

 双向沟通

 目标营销

三、电子商务与网络营销

1. 网络营销是电子商务的组成部分

电子商务与网络营销关系密切又具有明显的区别，二者很容易造成混淆。以淘宝购物为例，当用户通过各种渠道获得某商品的广告信息，进入淘宝网将该商品加入购物车，完成订单提交、在线支付、收到货物等一系列网上购买流程，对卖家而言，即实现了从网络营销到网上销售的完整流程，淘宝卖家所做的就是电子商务，其中运用了一些网络营销的策略以获得用户的关注。

学而思，思而学

有人认为网络营销就是网上销售，你认为这种看法对吗？为什么？网络营销和电子商务的关系是什么？

2. 网络营销推进了电子商务的发展


随着消费需求多元性、多变性和求异性等特征的出现，电子商务环境下网络营销观念也不断发展变化，形成了直复营销、关系营销、软营销、整合营销、数据库营销等一些新的营销观念和方法策略。网络营销成为推进我国企业电子商务进程的最重要、最直接的力量。

四、网络营销的职能





 网络品牌


 网站推广

 信息发布

 网上销售

 销售促进

 客户服务

 客户关系

 网上调研

视野拓展

网络品牌

存在于互联网上的企业品牌即网络品牌。网络品牌有两个方面的含义：一是通过互联网手段建立起来的品牌，二是互联网对网下既有品牌的影响。两者在品牌建设和推广方式、侧重点上各不相同，但目标是一致的，即都是为了实现企业整体形象的树立和提升。

问与答

问：什么是FAQ？一个网站为什么应该重视FAQ设计？

答：FAQ（Frequently Asked Questions）意为“经常问到的问题”，或者可更通俗地称之为“常见问题”。网络营销中，FAQ系统被认为是一种常用的客户在线服务工具。一个好的FAQ系统应该至少可以回答用户80%的常见问题。这样不仅方便了用户，而且还大大减轻了网站工作人员的压力，节省了大量的客户服务成本，并且增加了客户满意度。因此，一个优秀的网站应该重视FAQ系统设计。