

Errors in Marketing Strategies & Services of Middle & Small Private Enterprises

Erreurs sur les stratégies et services des petites et moyennes entreprises

中小型民營企業網絡營銷誤區的對策及策劃服務

Sun Xin

孫欣

Wu Wenjin

吳文勁

Received 2 January 2006; accepted 16 March 2006

Abstract Net marketing is a new marketing method. While there exist certain errors which have affected somewhat its development. We have to distinguish first of all those misunderstandings, then eliminate them for a better future development.

Key words: middle & small enterprises, net marketing, errors and strategies

Résumé Le marketing sur internet est une nouvelle méthodes de marketing. Lorsqu'il existe des erreurs qui ont influencé leur processus de développement. Il nous faut distinguer tout d'abord les malentendus, ensuite les éliminer pour un meilleur futur du développement.

Mots-clés : petites et moyennes entreprises, Le marketing sur internet, erreurs et stratégies

摘要 網絡營銷是一種新型的營銷手段，在實施的過程中，企業難免出現一些誤區，或多或少地影響了網絡營銷這種最新型、最有前景的營銷手段的發展。要幫助民營企業縮短漫長的摸索過程，首先需要消除的是民營企業對網絡營銷的一些誤解，然後再把其從誤區中引領出來，讓網絡營銷逐漸為越來越多的企業所認識，隨著網路逐漸的平民化，越來越多的中小型企業已經開始感覺到，是到了該試試網絡營銷的時候了。

關鍵詞： 中小型企業；網路營銷；誤區對策；策劃服務

隨著 internet 全面滲透，部分有前瞻性的中小型民營企業管理者正用他們自己的方法接近網路，走近網路，並有了自己的網路行銷策略，這無疑是民營企業的一種進步。但同時也存在很多問題，民營企業通常會在這個過程中有過挫折和迷惑。然而，由於網絡營銷是一種新型的營銷手段，在實施的過程中，企業難免出現一些誤區，造成投入與產出的效果不甚明顯，也讓滿懷信心的企業因此對網絡營銷失去信心，多或少地影響了網絡營銷這種最新型、最有前景的營銷手段的發展。要幫助民營企業縮短漫長的摸索過程，首先需要消除的是民營企業對網絡營銷的一些誤

解，然後再把其從誤區中引領出來，讓網絡營銷逐漸為越來越多的企業所認識，所採用，並成為企業運營的一種策略。

1. 網絡營銷的三個誤區

誤區一：“有了自己的網站，企業就可以賺到錢”。這種觀點本身沒問題，而是很多人將此觀點理解成有了網站就一定可以賺到錢。其實，企業建立網站只標誌著企業走出了網絡營銷的第一步。有了自己的網站，就有了通過 internet 展示產

品、展示服務、展示企業風采的一個視窗。然而，於茫茫網海中，如何建立企業的品牌，讓更多的人瞭解企業的產品和服務，才是網絡營銷真正要解決的核心問題。

誤區二：“網絡營銷就是在網上作廣告”。在網上投放廣告，只是龐大的網絡營銷體系中網絡推廣的一種方式，僅是網絡營銷體系的冰山一角。網絡營銷不僅僅是幾次網路推廣，而是集品牌策劃、IT 技術、廣告設計、市場營銷和銷售管理等於一身的新型銷售體系。有了完整周詳的策劃，加上有效的實施，才能夠得到期待的效果。

誤區三：“中小民營企業沒有能力實施網絡營銷策略”。正相反，中小民營企業完全有能力，也有實力作網絡營銷，缺少的是網絡營銷的意識。網絡營銷相比較于傳統的營銷途徑，價格低廉，比如網絡實名的價格僅在 500 元/年（3721），這點投入對於一個企業來說是微不足道的。一家普通的禮品公司，把自己的網站註冊了 3721 的實名搜索，僅半年，通過在 3721 中搜索關鍵字，主動聯絡的潛在客戶每天都在 10 個以上，每月的費用也只有兩千元左右。

2. 中小型民營企業網絡營銷體系的建立及實施

要開展網絡營銷，首先自身要有暢通的網絡通訊管道，才能在營銷過程中保持資訊來源的通暢，並能夠給客戶更迅速的回饋和跟進。

要建立上網的環境，建立內部網路，並以高效安全的方式，實現公司內部與互聯網的連接，讓公司的銷售人員、客戶服務人員，能夠方便、緊密地與外部網絡接觸；還要建立穩定安全的資訊交流和接收系統，這裏特指的是企業郵件系統，讓公司的員工可以通過電子郵件進行交流、互聯，也可以通過電子郵件接收到客戶的諮詢、訂單和投訴，並做出迅速、穩妥的反應和跟進。

2.1 網址的推廣

網址的推廣是中小型企業網絡營銷首要任務，最初的幾年，甚至於認為網絡營銷就是網址推廣。相對於其他功用而言，網址推廣顯得更為迫切和重要，網站所有功能的發揮都要以一定的

訪問量為基礎，所以，網址推廣是網絡營銷的核心工作。

2.2 網絡的品牌

網絡品牌在中小型企業營銷中也顯得格外重要，企業的網下品牌可以在網上得以延伸，中小型企業則可以通過 internet 快速的樹立品牌形象，並使企業整體形象得以提升。網絡品牌的建設是以企業網站建設為基礎，通過一系列的推廣措施，達到顧客和公眾對企業的認知和認可。從某種程度上說，網絡品牌的價值高於通過網絡獲得的直接收益。

2.3 銷售的促進

營銷的基本目的是為增加銷售量，網絡營銷自然也不例外，大部分網絡營銷方法都與直接或間接促進銷售有關，但促進銷售並不限於促進網上銷售，事實上，網絡營銷在很多情況下對於促進網下銷售十分有價值。

2.4 資訊的發佈

企業的站是一種資訊的載體和平臺，通過網站發佈資訊是網絡營銷的主要方法之一，同時，資訊發佈也是網絡營銷的基本職能，所以說，無論哪種網絡營銷方式，結果都是將一定的資訊傳遞給目標人群，包括顧客和潛在顧客、媒體、合作夥伴以及競爭者。

2.5 銷售的管道

一個具備網上交易功能的企業網站本身就是一個網上交易場所，網上銷售是企業銷售管道在網上的延伸，網上銷售管道建設也不限於網站本身，還包括建立在綜合電子商務平臺上的網上商店，以及與其他電子商務網站不同形式的合作等。

2.6 網上服務及調研

良好的顧客關係是網絡營銷取得成效的必要條件，通過網站的交互性、顧客參與等方式在開展顧客服務的同時，也增進了顧客關係。Internet 提供了更加方便的線上顧客服務手段，從形式最簡單的 FAQ（常見問題解答），到郵件列表，以及 BBS、聊天室等各種即時資訊服務，顧客服務品質對於網絡營銷效果具有重要影響。通過線上調查表或者電子郵件等方式，可以完成網上市場

調研，相對於傳統市場調研，網上調研具有高效率、低成本的特點，因此，網上調研成為網絡營銷的主要職能之一。

3. 中小型民營企業的網路推廣

最新資料顯示，89.6%的互聯網用戶通過搜索引擎去找尋網站。通過搜索引擎進行推廣，絕對不只簡單地登記一下而已。同一行業、提供相同產品和服務的企業有很多，他們的網站也會登記在搜索引擎上，而且採用的關鍵詞也很類似。而據統計，超過九成的搜索引擎用戶，只會閱讀並點擊第一、二頁所顯示的網站鏈結，排名越前，得到注意並點擊的機會越大。同一行業、提供相同產品和服務的企業有很多，要令自己網站的排名能夠更靠前，可以根據不同的搜索引擎的排名標準，改造網站以適應搜索引擎；另外，現在也可以選擇“3721 搜索排名”給付一定的費用，就可以在許多 3721 合作的搜索引擎上得到最前面的排名。

3.1 網絡資訊搜集

資訊搜集是網絡營銷中很重要的一步，也比較容易為大家所忽視。中小企業在資訊管道方面往往都是依靠長期的傳統營銷中的經驗，其實互聯網就是一個資訊的寶庫，只不過這些資訊是散亂分佈的。如果掌握了方法，完全可以利用互聯網找到大量的商業情報、目標客戶的資訊和市場反映與投放效果等營銷資訊。網絡資訊搜集的形式，主要包括前期的網上調查、中期的回饋跟進和後期的資訊整理。

3.2 增值的網絡營銷

對於有條件的中小型企業，也可以進一步開展建立增值的網絡營銷，例如“一對一”網絡營銷。以“一對一”的網絡營銷方式為例：一個可能大家都熟悉的規律就是，爭取一個新的客戶，要比維繫一個舊客戶的投入高 5 倍。所以，在“一對一”網絡營銷中，重要的並非是你對所有客戶瞭解多少，而是你對每位元客戶瞭解多少。在傳統上，要實現與客戶相互的交流需要投入大量的資源，只有一些針對性很強的產品和服務，或者一些投入規模很大的企業，才會採用這種營銷的

方式。但隨著網絡的來臨，許多中小型企業，在先進的 IT 技術支援下，都有條件以較低的成本投入，開展起“一對一”網路行銷。“一對一”網路行銷的概念很寬廣，可以覆蓋前面所提到的網路營銷的每一個範疇：“一對一”的網站服務、“一對一”的網路推廣、“一對一”的市場調研……現在國際上，“一對一”網路營銷已經相當盛行，在國內，也正是方興未艾。中小型企業如果能夠適當地採取準確高效的網絡營銷，就能夠在網絡社會爭取自己的一席之地，出奇而制勝。

4. 專業的策劃服務

真正的網絡營銷範要有一個建立網絡營銷體系的基本步驟。在這些步驟之前，都應該有一個專業的策劃服務，結合自己的行業特點和投入、現有資源，擬定一個整體策劃，在整個實施過程中，將會起到一個事半功倍的效果。

4.1 找專業的網絡營銷策劃顧問公司

國內企業普遍不願意重視策劃和顧問，其實，一個專業的網絡營銷顧問為你所做的發展策劃，往往可以節省許多後面的投入。比如，紫博藍科技、龍拓互聯、天地先鋒、奇致互動等都是網絡營銷方面的專業機構。

4.2 量力而為，循序漸進

不要以為網絡營銷可以讓你一步登天，網絡營銷雖然有回饋快的特點，但也是需要機遇和時間的配合。所以在投入網絡營銷的同時，也要有量力投入、長期投入的準備。由於現在國內提供此種服務的公司良莠不齊，許多公司可能會為了自己的利益，盡力去說服企業做最大的一次投入，其實這對企業網絡營銷體系的建立和發展並沒有好處，正確的發展方式應該是循序漸進，因勢而為的。

對於中小型企業而言，推廣資金有限始終是無法高效地形成規模營銷。網絡營銷正為中小型企業帶來了一個能夠以較少的資金，得到更廣泛推廣範圍、更迅速回饋的營銷手段。一直以來，許多中小型企業會認為，網路這種新興的高科技事物，只有大企業才能夠掌握，於是對網絡敬而遠之。現在，隨著網絡逐漸的平民化，越來越多

Sun Xin & Wu Wenjin/Cross-cultural Communication, Vol.2, No.1, 2006, 37-40

的中小型企業已經開始感覺到，是到了該試試網絡營銷的時候了。

* **This paper is under China's important social science fund(05&ZD005) (中國重大社科基金專案 05ZD005)**

Technology Administration Bureau, Linmu, Shangdong, P.R. of China); ② Wu Wenjin (吳文勤), senior economist, she worked for years in Export Vlaanderen Wuhan office. (Ph.D candidate of Economic and Management School, Wuhan University, Wuhan Hubei, 430000, P.R. China)

作者簡介: ① Sun Xin (孫欣), economist. Science &