

# 互联网的营销价值

## ——以工业品营销为例

陈曦鹏

易派客电子商务有限公司

**摘要：**随着互联网的诞生，互联网思维也应运而生。互联网思维有两个层面，网民层面的互联网思维如，想购物便会打开淘宝，想吃饭就会打开饿了么等外卖平台，想聊天就打开QQ、微信等社交平台等。企业层面的互联网思维应当是如何在“自由、开放、共享、协调”的基础上，满足网民或者消费者的互联网思维。以互联网为载体的工业品营销，也应当抓住网民和消费者的互联网思维。本文分析和探究了工业品如何利用互联网进行营销，以增强其企业实效经济收益。

**关键词：**互联网；营销价值；工业品；互联网营销

随着社会的进步以及企业的快速发展，越来越多的企业意识到营销方式将会成为保持其利润空间可持续发展的主要因素。在传统的工业品营销中，落后的营销观念、较低的品牌关注度、盛行的灰色营销、营销中的价格战术等都在影响着整个行业的产品质量与服务水平。工业企业的发展环境随着改革的加深也在不断地发生变化，工业品营销遭遇了一系列的问题，但是互联网平台的出现，为其转型和升级注入了新的活力。

### 一、新型采购机制

工业产品在质量因素、使用过程、价格等方面都具有极强的专业性，所以一般在考察市场、选择产品、业务洽谈、执行合同、处理纠纷等问题上都会选择专业的人员来完成。互联网平台的开放性和便捷性构建了新型的采购机制，例如自动采购、垂直网络中心、贸易社区。这些交易平台为工业品营销提供了新的渠道。

### 二、互联网为客户提供了全面的信息

在工业品企业互联网平台上，客户可以获取两个层面的所需信息。首先，互联网上的产品目录为客户搜寻产品提供了方便，减少了客户的时间浪费。电子购物大大提升了客户的购买欲望，降低了客户在寻找资源或者非生产物品等方面的时间与成本。对许多出售销售零部件、原材料和MRO产品的工业品营销商来说，电子商务最主要的环节是在网站上公布互联网产品目录，使客户不需要翻阅上千页的页面，只需要在搜索栏输入关键词，进行检索，就能够找到所需要产品的详细信息。除了产品目录以外，互联网上还可以为客户提供与产品相关的技术支持，工业品更新速率较快，在互联网上公布更新信息以及新的使用说明，将在很大程度上方便使用这些产品的设计师。所以，互联网站是一个既可以收集、存储产品资源，又可以提供技术资源的平台。其次，工业品营销商还可以在互联网上提供与产品业务相关的附带信息，例如为客户提供安全保密的账户记录，使客户能够随时掌握自己的订货量、所欠尾款、付款期限以及成本等，同时，工业品营销商还可以将供应商的平均年支出进行对比，方便客户做出购买和存货计划。此外，互联网网站的链接功能，可以方便客户搜寻其他与所购进商品相关的信息，保障用户的资金安全。

### 三、互联网丰富了工业品营销渠道

互联网作为一种有效的市场分销渠道，成为软件以及阅读材料等工业品营销的新选择。软件产业作为互联网产品分销的领头羊，网景和微软等计算机软件公司利用新型互联网分销渠道电子化售卖和分销软件产品。规模类型的公司能够利用互利网优势创建网站，在网站上分销新产品。所有数字化的产品都能够通过网络

上进行有效的传输。为营销商扩大了销售范围，也便于营销商跨地域进行服务，增加潜在客户群体，吸引新老用户。与传统的销售渠道相比，互联网分销渠道更能够直接接触到客户的需求，工业品营销商能够在互联网上收集到海量的参考信息，例如网页、搜索引擎、购买代理商、新闻组、聊天室等，从以上渠道可获取客户所需，并针对客户需求实施二十四小时不间断服务，为客户打造定制化的营销方案。

### 四、丰富了工业品营销推广模式

工业品的互联网营销与传统的民用品营销来说更具有其简单性，在互联网上对工业品进行整合营销，不仅能够发挥工业品营销的优势，还能够充分体现互联网营销对于工业品营销所产生的价值。以小米手机为例，在其正式售卖之前，商家先对产品进行预热，制造噱头，并限制购买数量，这种以BBS营销模式为主的饥饿式营销策略充分利用了互联网的开放性以及信息传播的快捷性，对新产品进行最大限度的推广。BBS的含义如下。

#### （一）B2B网站免费会员

B2B商务网站，例如阿里巴巴、全球五金网等，都是通过其建立的网络信息平台为供应商提供自营产品的各类信息。只要是在其网站上注册成为会员的供应商，就可以发布自己的企业相关信息，这些信息在网站上公布一段时间，经过验证之后就可以被纳入六大搜索引擎，如果加大资金的投入，该企业的名称以及信息将会在搜索界面上靠前显示，这在很大程度上提高了企业的品牌效应，扩大企业知名度。

#### （二）BLOG企业博客营销

以新浪微博为代表的博客平台成为众多企业选择展现文化魅力，打造品牌优势，打响知名度的主要阵地。播客的信息传播具有扩散性，即一名用户发布的信息，会由多名用户接收，其中对于该条信息感兴趣的用户还可以进行转发，将信息最大程度的扩散。所以，利用播客这种营销方式，对于打造诚信企业，将企业文化与产品品牌转化为效益等具有重要的意义。企业若重视自身文化建设，精神传播以及品牌的打造，将会在业内树立良好的诚信形象，能够吸引更多的大额交易，形成良性循环。

#### （三）SNS网站社区交友

对于工业品营销来说，通常是供应商营销代表与购买者代表一对一的商讨和对接，并不是团队与团队间的直接合作。随着社会的进步，营销工作更加注重的是人脉的积累。保证客户的数量与质量，是直接影响营销人员成单率的关键因素。SNS社区营销模式正是符合当前社会的需要，创建一个专业群组，组内是以采购个体为代表的客户细分。营销人员在该平台上可以与客户进行交流，在交友之余对客户需求进行细分，拓宽人脉，挖掘潜在客户。

### 结束语

综上所述，互联网作为工业品营销的新载体，具有其有效性，为了转变传统工业品营销的尴尬境地，各企业应当抓住互联网这一强有力的工具。

### 参考文献

[1] 吴长顺. 互联网的营销价值——以工业品营销为例[J]. 企业管理, 2004(01): 98-100.