

浅谈如何在市场营销中运用网络

明从琴

(四川省自贡市电子信息职业技术学校 四川 自贡 643020)

【摘要】随着我国市场经济的改革和深化,我国企业也将面临着越来越激烈的市场竞争,而我国的企业从普遍意义上来看在市场营销中还存在着诸多的问题,这在很大程度上将制约企业的发展,对企业在如何运用网络进行营销作了浅谈,对促进企业的健康发展将产生一定的现实意义。

【关键词】企业; 市场营销; 网络; 诚信经营

在社会经济不断发展和科学技术不断进步的前提下,我国企业在市场中的位置稳步提升,在国民经济中占据着重要的位置。但是伴随着竞争压力的逐渐增强,企业在市场中的发展也将面临着很大的困境,对于很多企业来说要想改变目前的发展困境也将变得很难。就此,本文针对我国企业在发展中所面临的营销网络提出了相关的建议。

现在市场经济的激烈竞争,使各个企业在强化企业管理、提高产品质量、积极开发新产品的同时,将营销工作放在了重要位置。所谓营销,就是通过企业策划、创意、运筹,不断打开市场、扩大市场,增加企业在市场上的份额,最后是占领市场。建立营销网络,就是在市场基础上的整体营销。

有以下几点看法:

一、哪里有市场,哪里就要建立营销网络

营销网络实际上是一个直接市场营销的新形式,根据现在营销理论看,营销网络是一种直接市场营销的技术推动力,就是将传统的以推销自己的产品为中心模式,转变到现代营销理论上讲的强调沟通的新模式上来。在企业经营中,市场是永恒的主题。市场是在不断变化的,因而,营销也要不断进行变化。以前,计划经济时代,国家对工业产品实行统购统销,企业只管生产。现在,企业不仅要保证正常的生产,而且还要在营销上做文章。特别是在激烈的市场竞争中,不断强化营销工作,我们为了使自己的产品占领市场,需要编制一个营销网络。一是对传统老用户和固定客源保持紧密的伙伴关系,并以此确定为营销工作的基础。二是在全国主要地区建立现货市场,形成产品营销的根据地。三是发动营销人员在各地进行广泛的调查研究,直接与相关的企业进行联系,这样形成了公司的营销网络。

二、利用信息化手段,建立电子商务营销网络,知识经济和信息化时代的到来,给我们营销工作带来了新的发展空间

面对现代经济形势的发展,要转变营销观念,建立网络营销。以传统营销方式相比,网络营销的特点主要表现在以下几个方面:

1、便利性。网络营销为消费者提供了更方便快捷的购物方式,在网络营销中,消费者可以通过电脑屏幕浏览货架,可以拉近画面观看任何想要的商品以及相应的价格、性能等等,整个过程简单随意。利用电子商务与国内一家著名的网络公司达成协议,进行网络营销。过去我们寻找用户,一、二个月才打听到一、二家,千里奔波进行洽谈,而往往又有时信息不准,途劳而归。进行网络营销以后,改变了被动局面。

2、互动性。网络营销体现的是人机交互的特点。体现出信息交流的互动性,产品交易的互动性,以及服务的互动性。对消费者来说,是主动性和平等性的增强。顾客可以主动参与到产品的设计、生产和销售的过程中,可以通过网络传递信息,要求生产厂家按照自己的要求订做产品。这实际上是以顾客为中心,满足顾客需求的营销理念提升到了一个新的高度。我们感到,网络营销一是产品销售有针对性。许多用户在网见到了产品介绍,慕名而来,目的就是要买所需的产品。二是效率提高。快递方便、快速。网上信息交流使有的用户不急需产品等,知道有现成的产品,马上就可提货,改变了过去封闭狭隘的销售空间,使购

销双方有机地互动起来。

3、低成本性。网络营销可以实现生产厂商和最终顾客之间直接互动,无需传统营销中盲打的营销人员,减少了中间环节和中间费用。过去各地跑客户,只差旅费就是一笔不小的数字,现在借助电子商务网络,我们销售服务中心的人员,可以在家接待客商了,而且在竞买中可以取得较好地效益,销售成本降低了。所谓“智者得先机”,积极适应网络化的需要,创新企业营销系统,才会在竞争中赢得市场,给交易双方都带来了经济利益,其优点有3:没有店面租金成本;没有商品库存压力;销售成本和结算成本较低。

4、全球性。网络的连通性决定了网络营销的跨国性;网络的开放性,决定了网络营销市场的全球性。在此之前,任何一种营销理念和营销方式,都是在一定的范围内寻找目标客户。而网络营销,是在一种无国界的、开放的、全球的范围去寻找目标客户。可以向国内外客户销售产品,对很多商户来说,基本是一次考察终身订货。就是说通过一次考察,可以了解双方的经营规模、产品定向、商业信誉情况。以后所有产品均通过网络接洽实现订货。营销活动不受空间的限制,大大提高营销的效果。

5、服务性。网络营销的服务可以不受时间限制,可以提供全方位、全过程、全天候,利用网络,企业可以向大量顾客提供服务,可以大大提高服务效率。企业的服务人员,可以向顾客提供远程服务,在很大程度上克服了地域的限制。

三、企业实行网络营销,做到诚信经营

1、产品诚信。从产品的广义角度看,产品包括有形的实体和无形的服务,产品的质量是企业的生命,因此要求产品的性能、寿命、安全等指数都符合国家技术标准或行业标准。服务不论是售前还是售后,都要做到一个“好”,使客户满意。

2、价格诚信。价格是企业赢得市场的有效武器,也是一把双刃剑,运用得好,可以促进企业的发展,运用得不好,使企业迅速陷入困境。在市场竞争激烈的时代,不少企业利用各种虚假的优惠价、折扣价、处理价、甩卖价、出口转内销价格欺骗消费者。价格高点有高点,价格低有低的原因,让客户心服口服。

3、分销诚信。企业具备了知名度、美誉度和忠诚度,也就打开了产品的销路,但要实现正常的销售还离不开渠道管理的畅通,因此企业不仅要与消费者搞好关系,还要与分销商建立良好的合作关系。产品在流转过程中,生产企业要与流通企业(经销商)建立长期良好的伙伴合作关系,这种关系的建立需要诚信来维持。

4、促销诚信。改革开放以来,随着市场经济的发展,一般企业都会搞促销。但是,一些企业的促销活动也存在一些不规范的行为,主要集中在五个方面:一是不实宣传;二是价格欺诈;三是限制消费者合法权益;四是缺乏安全管理措施;五是违反商业道德,操作有违社会善良风俗的促销活动。

随着世界经济一体化趋势的发展,建立营销网络,给我们产品销售市场带来了新的空间,这不仅在国内而且在国际市场上还开辟了广阔的领域。作为一种现代化管理手段,作为先进技术的发展趋势,网络营销必然会走上一个新的阶段。