

## 淘宝电子商务营销--功夫在身外

我们会发现，电子商务好像一直不会媒体来对待。好像电子商务一直是一个工具、平台，或者是一个营销体系的状况。但是，为什么这一次我们过来要讲一下电子商务呢？

我们发现，经过了几年的努力，电子商务已经形成了一个整体的系统，在这个系统当中，我们发现淘宝和电子商务不断承担着更新的一些方面的体系和需求。这包括了在电子商务方面，我们会承担媒体的需求、承担销售的需求、承担各种各样的需求，包括了物流、资金流等各方面的体系需求。

在这个过程当中，我们只能称自己为新媒体当中的新媒体，所以在这个方面，我们应该说是最新进入媒体行业和营销行业的一个新军。也就是说，我们会对整个互联网的营销，进行一个全新的诠释。

之前，互联网能够做的事情，是能够让用户关注，关注完了以后产生兴趣，兴趣完了产生渴望，渴望完了产生记忆。记忆到购买者一端，就基本上放弃了。为什么呢？在互联网上实施不了这件事情，但是有了电子商务，你会发现在购买这个环节被放大了，也被整个的电子商务的流程串联起来了。在串联起来以后，又会产生最终的反馈、分享和口碑营销。

为什么淘宝上的卖家卖得越好，老买家和各种各样的一些被口碑营销所感染过来的买家，会更多地涌入他的店铺当中进行购买。我们发现电子商务的营销体系和传统的互联网营销体系，我们所做的事情，就是通过完整的电子商务链路，让小通过网络直接完成购买，通过购买产生更多的反馈和更多的营销效果。

关键点，是因为电子商务有整个订单处理和营销处理这一套的能力，这也决定了电子商务可以通过货物端的订单处理，去解决营销当中之前没有办法解决掉的那部分的工作。也就是在整个的电子商务营销方面，整个的购买就变成了核心的流程。在购买核心流程过程当中，我们会产生更多新的能力，包括了客服的咨询处理能力、运营的能力、仓储的管理能力等方面，我们更多的建立发生营销的区域。

我们举一个Uniqlo为的例子，他们和淘宝合作，淘宝会找一些客服、市场策划、快递、后台的订单处理流程和IT系统，这些系统的建立完了以后，整个的营销会被围绕着如何在电子商务当中产生订单、产生销量，最终的订单也会如何产生金钱得到更多的销量。这从花一分钱如何得到一个点击，变成了花一块钱如何得到10块钱的销量。

这也是解决了企业在最终希望达到的80%的目的。我相信在座的各位当中，有很多是广告主，我相信广告主80%的需求是希望把钱花在产生销量，20%的需求是希望把钱花在产生影响力。我相信这在各位的营销配比上，也是按照这个比例来做。所以在过程当中，之前电子商务没有蓬勃发展之前所不能达到的效果，现在基本上都已经能够做到了。

在这个过程中，淘宝在做什么工作呢？淘宝是在把整个的底层建立起来以后，在上面去提供个性化的需求。这些个性化的需求包括了很多的品牌方面的需求和销售营销方面的需求，这方面我们会和很多的数据公司、营销方面执行的公司，去紧密地合作，去为这些企业提供各种各样个性化的解决方案。

在这个过程中，包括我们在做的事情，包括和品牌的咨询公司谈我们如何为一个大公司建立营销销售的环节，如何建立销售体系，如何建立整个销售费用投入的体系，去掌控和评估他整个的销售费用如何转换成销售，他的营销费用在转换成品牌的点击当中，也同时转换成销售，这方面的过程也是我们在整个的系统当中会去做 的最终一个展现。

另外，在整个的其他系统当中，包括了组织管理、生产采购、设计，包括了后台的物流、资金流、系统、IT方面，也会产生非常多的营销和系统方面的合作。这方面也是会为整个电子商务的营销体系，去增加更多的内容。

有的时候发现，其实我们和很多的代理公司合作的时候，我们会产生很多新的点子，这就是我们如何产生更新、更多的营销当中，跟代理公司谈的时候，会出现什么状况呢？它会问，如果我进入电子商务，你怎么帮我做。

大家会认为这好像是没有办法解决的问题，电子商务你自己去做，实际上今年会发现，很多的代理公司愿意成立一家子公司，或者是成立一个部门，去专门做电子商务 的整体的营销和销售的策划、执行。甚至有一些代理公司，甚至为企业在淘宝上开店，如何进行分校、销售这些具体的执行工作当中，他们都深入地进入下去。

为什么会出现这种状况？因为我可以很明确地回答这个问题，我每天都接触到各种各样的客户。去年通过了淘宝等等以后，客户问我的问题是如何进入淘宝，这就是今年以后会发生的天翻地覆的变化和非常牵动企业、跟企业相关的各个环节的变化。就是如何进入电子商务，包括了营销如何电子商务。在这一块当中，营销不单单只是做广告、做品牌，或者是把这些广告和品牌转换成点击就结束了。

而是希望他通过这些营销费用的投入、营销方案体系的建设，把整个的网上销售通路建立起来，把他在电子商务上产生的最终的效果、销售和品牌建设的效果，加总起来最终的比例，是不是能够达到比线下更高的水平。这就是企业在这段时间发生最大的变化，这也是我日常当中每一天接触的最大的变化。

之前，我觉得我跟他们的地位感觉是，我求着他进来开一个店。现在的地位是，感觉我在这边，您过来我给你提供更多的方案、更多的体系、更好的服务，来做整个的环节的完成。

我们发现品牌企业如何进入电子商务，如何获得成熟的订单，就变成了他们最关键的和最核心的一件事情。在企业 and 淘宝之间，因为企业的需求非常地差异化，非常地个性化，所以必须建立淘宝服务提供商的体系。包括了在销售体系、仓储、物流、营销方面，我们都会找到更多的合作伙伴。营销方面就是淘宝的市场研究的合作伙伴，都是我们最重要的一部分，

在这部分当中，如何跟淘宝去合作、去获得更多的企业进入电子商务的订单，企业进入电子商务整个体系的能力，实际上是我们要和各个营销方面的专家，去一起探讨和建设出来的。

那么，相信已经跟我们合作的很多公司，已经在这方面探讨出非常多的很好的想法和很好的解决方案，包括去如何把我们现在的产品，去用企业听得懂的话介绍给他们，如何让他们很轻易地不需要改变他整个结构，去进入电子商务这方面的工作，如何把他的广告拆解出来，去获得真正的销量，如何在电子商务当中获得更好的销售转化率。这方面的工作，已经有一部分在先知先觉在推动和发展了。

那么，在这一块当中，我们会做很多的合作的工作。也就相当于我们希望在整个合作的过程中，我们在3到5年当中，让几百万的小卖家，获得了他们非常大的收益和生存的空间，也让他们因为淘宝、因为电子商务而生活得更好。

相信在今后的3到5年当中，我们会让几百万的企业进入电子商务，会让几十万的合作伙伴在电子商务当中去获得他的收益，其中一定包括几万或者是几十万营销方面的合作伙伴。因为营销方面更加复杂、更加需要有个性化的服务。