

电子商务:认识三种类型企业网站的作用

企业网站建设在企业不同的发展阶段应有不同的侧重点,以下就将企业网站应用的三种类型进行归纳分析。

目前,网络营销逐渐成为企业的主要营销手段,关于网络营销的方法和产品名目繁多,对于初涉网络营销的企业可能会有摸不着头脑的感觉。“刚投资做了网站,现在又要做推广,网站好像还没发挥作用就又要投资?”企业不免会产生疑问。企业网站是企业信息的载体,是网络营销的基础,网络营销理论看似复杂,但归纳起来是由三部分组成:一是能让客户找到、二是能吸引客户、三是能留住客户。作为开展网络营销的基础,企业在建立网站的时候就必须充分考虑到这三个问题。

企业网站建设在企业不同的发展阶段应有不同的侧重点,以下就将企业网站应用的三种类型进行归纳分析。

第一种类型:中小企业的网站应用

中小企业大都处于创业阶段,企业会将大部分的时间精力放在产品销售、商务谈判、现金流控制方面,重点是原始资本的积累,用于做推广营销的人力与资金有限,企业的宣传也是通过简单直接的广告或在销售过程中来进行。

对于中小企业来说首先要解决“温饱问题”提高产品的销量,增加销售收入,在这个阶段企业对网站建设和网络营销的需求有三个特点:

1、低廉的网站建设成本

就笔者所接触的中小企业,他们的网络营销成本由网站建设和网站推广两部分组成,比例一般是 2:8,如果他们的有 1 万元的预算,网站建设的费用仅 2 千元左右,还有 8 千元用于网站推广。而且,他们多数不会将网络营销的预算和传统宣传的预算分开做,通常是打在一起,这样就进一步降低了网站建设的成本。网站推广重于网站建设这对于中小企业来说是理所当然的选择。

2、对于网站美工设计和文字内容要求不高

大多数中小企业自身的文字组织能力和营销水平不高,对于网站内容建设没有条件投入更多的资源,网站文字素材缺乏。如果仅通过美工手段来“树立企业形象、展示企业文化”只能是空洞的形式。皮之不存,毛将附焉?中小企业做网站的首要任务是解决企业的“温饱问题”(先搞销量),然后再考虑“奔小康”(品牌形象)。对于中小企业来说也许连企业 VI 都未必需要,网站“欢迎页面”这些形式更是没有意义,而且美工设计并不能直接为企业带来效益。中小企业注重产品销售,需要展示的重点也是产品,做简洁的“网上产品目录”来得更加实际,通过它让买家可以了解到企业的基本信息,直接促成交易,成为中小企业开展网络营销的实用工具。

3、集中资源做好网站推广带动产品销售

中小企业网站的作用在于促进销售,获得更多订单和市场机会。及时跟进客户的反馈信息,提高浏览网站潜在客户的成交比例。网站建设应该围绕着如何让目标客户更方便地找到来进行,做好网站的搜索引擎优化对于中小企业网站来说就是头等大事。选择一个目标客户经常使用的搜索引擎进行针对性的优化和广告投放,把有限的资源放在最能创造效益的地方。另一方面可以在行业商贸网站上进行供应信息的发布,对网站的访问量有一定的促进,又能够增加链接量,提高网站在搜索引擎的排名。

第二种类型:企业品牌网站应用

在当今市场越来越激烈的竞争环境下,产品与技术趋于同质化,企业的发展壮大必须依靠品牌和规模,实施品牌策略已经成为众多企业加强竞争力的方式,品牌信息的传播需要高效媒体,互联网是新兴的媒体,通过网站建立品牌形象已经成为企业营销工作中的重要内容。拥有优秀品牌的企业对于网站建设的要求不仅在于简单的产品目录,更重要的是展示企业综合实力,体现企业 CIS 和品牌理念,这种类型的网站对于美工设计要求较高,精美的 FLASH 动画是常用的表现形式,在网站内容组织策划,产品展示体验方面也由较高要求,网站重点在针对目标客户进行内容建设,以达到品牌营销传播的目的。

企业形象网站:树立企业形象与企业文化,展示企业所经营的业务,企业的各种营销活动以及媒体报道,综合展示企业的实力。

品牌形象网站:有的企业旗下有众多的品牌,不同品牌之间有不同的市场定位和营销策略,因此企业根据不同品牌建立其品牌网站,以针对不同的消费群体。

产品形象网站:针对某一产品的网站,重点在于产品的体验,如:许多手机厂商推出一款新产品就针对该产品建立一个子网站;房地产发展商介绍某一楼盘的子网站。

第三种类型:企业网站功能应用

如果说第一种类型与第二种类型的企业网站都是将重点放在信息的发布与展示,许多实际的业务工作还需要通过线下来完成,那么,第三种类型的企业网站就已经不仅仅是提供信息,而是通过互联网的跨区域性、互动性将企业的一部分业务搬到网上进行,以提高工作效率、优化工作流程。简单的就是将业务表单做成网页格式通过不同的权限设置让业务伙伴通过网站与企业进行业务往来与处理。更全面的就涉及到电子商务的各个方面,如:分销管理、网上采购、网上招聘等应用。这类网站更确切地说是一套业务管理系统软件。

这种类型的网站应用对企业自身及业务伙伴有较高的要求,实施成本也较高。这类网站的应用必须考虑企业的外部环境与内部环境两方面:

外部环境:企业所在行业的业务伙伴必须达到一定的上网数量,习惯于试用互联网进行信息处理。目前互联网企业有许多业务往来就是通过互联网进行,如:虚拟主机、域名、网络实名的批发,厂家与代理商之间的业务往来与沟通都是通过互联网进行,从而为终端客户提供了更高效的服务。另外,一些非实物产品交易,不需要界质的服务都可以通过互联网完成,如:广东移 www.gmcc.com 网站上就能直接申请办理业务;广东移动招标采购平 www.gd139.com 通过网站进行公开、公证的企业采购,降低采购成本。

内部环境:企业内部管理流程的规范,企业员工对于电脑及互联网的使用达到一定水平。如:当业务伙伴在网站上提交了表单后,这些表单由哪个部门跟进?跟进流程是否规范。如

果企业员工连电脑都不懂得操作，那么建设这些业务系统只能是空洞的形式，企业投入的资源遭到浪费，因此企业在考虑上这种功能应用类型网站的时候，必须从实际应用出发，不能盲目上马。

由于这种功能应用类型的网站所涉及的因素较复杂，投入成本较高，因此都是一些较有实力的大型企业、外资企业，他们各方面条件比较成熟，如：宝洁、安利、中国移动、美的等企业，他们都或多或少将一些业务搬到互联网上并获得了不错的效益。

以上所分析的三种网站应用类型并不是孤立存在的，在企业发展的不同阶段，会侧重于某一种类型，但有时候也会并存，企业必须充分分析自身情况，结合行业现状，让网站建设从实际应用出发，帮助企业发展。