

## 网络营销及其成本分析

文/唐国华

所谓网络营销,就是以互联网为传播手段,通过对市场的营销传播,达到满足消费者对信息、产品及服务的需求和厂家诉求的过程。它主要包括如下两个方面:一是企业自己建立网站,并在网上销售自己的产品,如D E L L电脑公司;二是互联网企业在网上建立电子商城或电子超市,如亚马逊网上书店。

### 1. 网络营销的优势

(1) 节省大量销售场所和销售人员,降低产品成本。网络营销将广告活动和销售活动统一在一起,进行广告的同时,也进行产品销售,媒体也就是销售场所。网络营销是没有中间商的零阶段营销,少了中间商的抽成,大大的降低了产品成本。

(2) 节省大量时间,提高顾客满意度。网络营销为顾客提供一个超级购物广场,顾客可以操作搜索引擎,在家里花很短的时间就可以逛许许多多的网上公司,节省了传统购物花在旅途和寻找满意商品的大量时间。如欧洲经济协会的一项调查表明,有近1/3消费者宁可拥有更多的时间也不愿意花时间在工作上而取得更高的报酬。

(3) 为目标顾客提供直接向营销人员反应的机会。顾客可以通过电子回单将自己的特殊要求传给企业,企业就可以根据电子回单,设计、制造产品,并及时装货,真正实现二者之间高效、互动的“双向信息交流”。

(4) 具有反馈功能和可预测性。网络营销中的顾客通过网络查询和电子回单订货或付款,营销人员能确切地营销活动使目标顾客产生的反应行为以及反应的具体内容是什么,例如目标顾客是想订货还是想获得更详细的具体资料等等,因此每个营销活动的效果就很容易预测。

### 2. 网络营销成本的构成及其影响因素

利用已实现的全球网络开展营销活动是营销领域的一大创新,是营销领域的一个新动向。企业进行网络营销的同时也要加强网络营销管理,尤其是加强网络营销成本管理。

#### 2.1 网络营销成本的构成

(1) 网络设置费用。主要包括营销网络设计费用、各网点设计投入费用、网线连接建设费用、网络维持与服务费用。

(2) 营销网员管理费用。包括营销网员类型、政策设计费用、营销网员招募费用、营销网员劳动合同管理费用、营销网员的销售折扣、折让费用、营销网员的代理费、手续费、日常管理费用等。

(3) 营销网流管理费用。主要包括产品成本、物流费用、信息费用、财务费用、促销费用。

#### 2.2 网络营销成本的影响因素分析

(1) 企业规模选择。网络营销对企业规模有一定要求,网络化的企业组织可以解决大量协调问题,使管理的复杂程度降低,因而可以推迟规模不经济临界点的到来,使企业获得更大程度上的规模经济优势。当然,中小企业可以借助于一些专业的信息服务机构或为其提供商业和技术信息及网络营销服务,这样开展网络营销可以有效地降低成本。

因此,在实行网络营销时要选择一个最适合的规模水平。我们可以用曲线来分析企业应怎样通过选择规模来达到降低成本的目的。不同规模的企业的成本结构可以用成本曲线来表示,例如企业的平均成本曲线,企业主要依据市场需求量来选择合适的企业平均成本曲线来确定合适的规模。

(2) 时差效应。率先进入网络营销者能够建立强大的竞争优势。但是先进入者也会存在一些不利因素,如人们接受网上购物需要一定的过程,期初宣传成本也较高等,这时的投入往往需要一段时间才能有收益。而后进入者也会有所收益,可以利用后发优势采用最先进的技术并避免市场开发的昂贵费用,但同时也面临先行者强有力的竞争。

因此应通过企业自身的优势和竞争环境来分析,掌握介入网络营销的时机,不可在时机不成熟时不顾资源能力强行介入,也不可拖延等待丧失抢占市场的良机。

(3) 学习曲线效应。企业开展网络营销后,随着技术的发展,在营销网络的建立和维护以及具体动作方面,发现并学习到众多的降低成本经验,这种学习活动直接带来企业单位产品成本的降低。企业可以通过学习其他企业的经验来使自己在成本改进方面获益,同时其自身知识在整个产业内的溢出又使企业丧失成本优势的持久性。

学习曲线效应使管理者加强对学习的管理成为必要。企业应结合长期竞争战略来制定学习计划,确定支持学习战略的组织结构,提高企业的内部培训计划和学习的效率和质量。

(4) 企业和政府政策。企业政策反映企业战略，对成本有相当大的影响。例如，网络营销技术设备选购对企业的网络营销成本就有很大影响。政府政策则包括政府法规、财税政策等。如果政府对网络交易征收高额税收，自然会加大企业的成本。政府政策处于企业控制范围以外，但企业还是有可能通过一定的行动来影响它们或降低影响(作者单位：华东交通大学)

#### 相关链接

经济合同中违约金相关问题的探讨  
影响成功加盟连锁的问题分析  
投资健身俱乐部的理论探讨  
网络营销及其成本分析  
汽车营销模式探讨  
流通和谐：系统内部与外部和谐  
旅行社应以人为本设计旅游线路  
提高供电企业电费回收绩效的路径探微  
沟通创造价值：广告的困局与公共关系时代的来临

本网站为集团经济研究杂志社唯一网站，所刊登的集团经济研究各种新闻、信息和各种专题专栏资料，均为集团经济研究版权所有。

地址：北京市朝阳区关东店甲1号106室 邮编：100020 电话/传真：(010) 65015547/ 65015546

制作单位：集团经济研究网络中心