

关键词：网络零售,网络营销

内容概要：

信息产业及互联网的发展大大提高了生产力。电子商务扩大了零售和批发业务的范围，互联网公司可以提供跨洲际的贸易服务；互联网对生产产生的效应更为明显。购买方和销售方之间不需要直接接触，通过网络就可以完成交易。网络零售到了谁也挡不住的地步。正如马云...

正文：

信息产业及互联网的发展大大提高了生产力。电子商务扩大了零售和批发业务的范围，互联网公司可以提供跨洲际的贸易服务；互联网对生产产生的效应更为明显。购买方和销售方之间不需要直接接触，通过网络就可以完成交易。[网络零售](#)到了谁也挡不住的地步。正如马云所说的那样，在机关枪面前，什么少林拳、太极拳统统都没有了作用。网络零售就是这样的“机关枪”，横扫线下一切零售业态。然而，让无数传统企业困惑的是，纵然知道这是一挺机关枪，谁能做好“枪手”？



与中国企业线下渠道耕耘30年不同，网络渠道简直是“羚羊挂角，无迹可寻”，这让很多企业抓破了头。知道有淘宝，开了淘宝商城，每天销量寥寥；知道有京东，开了京东商城，每天望穿秋水。网络渠道看似没有门槛，却确实把很多企业挡在了门外，也有些企业就是迈进了一只脚，另外一只却怎么也迈不进来。

网络渠道与线下渠道相同的是，铺货增加曝光度，不同的是，在线下渠道，是消费者走近产品，如商超，便利店等，无不依赖巨大的人流量来增强终端人群覆盖。而在网络渠道，是产品走近消费者，互联网浩瀚无边，淘宝网商品数以万计，何以让消费者看到企业的产品？唯有营销活动。

这才到了网络渠道运营的核心环节。与线下渠道多用大众媒体如报纸、电视、户外广告不同的是，网络渠道营销需要精耕细作，网络媒体更加碎片化，缺少创意的营销以及缺少持续曝光的营销都难以奏效。这才是网络渠道最大的门槛。

没有涉及电子商务的传统企业“望洋兴叹”，已经开展电子商务的传统企业“一筹莫展”。这给网络渠道运营商提供了很好的市场机会。在传统的营销理论中，营销有4个元素：产品、价格、渠道、促销。产品与价格很容易理解，渠道就是指商超等，促销就是指广告等。然而在网络零售中，渠道与促销的界限已经很模糊，网络渠道本身也不仅仅是“渠道”，更多的是与促销相结合的。

传统广告如电视、报纸、广播等，基本上每天更新，很多企业的促销广告随着媒体自身更迭而消亡，但是在网络上，促销广告差不多是永续的。与传统广告载体相比，网络广告的载体所占用的资源更少，而且，也正是这些促销资源以及用户资源的长期积累，形成了网络零售未来赖以生存的“大数据”。

其实，目前几乎没有一家企业不想在电子商务方面有所作为，然而对电子商务定位仅仅限于“渠道”的，几乎没有一家做得好的。网络渠道，不仅仅是个销售的通道，更是营销的通道。或者对于网络渠道而言，“促销即渠道”。

线下渠道如超市等终端，促销广告告诉你去超市这些终端参与打折活动，而在网络渠道，一个图片告诉你促销信息，点击之后立即就是产品购买页面。无论是天猫网、京东商城、亚马逊等，这些平台可以作为渠道。线下渠道重在“铺货”，而网络渠道重在“运营”。小米手机在线下几乎没有销售，然而在网络上，创下两小时销售30万台的奇迹。这样的奇迹背后，是小米手机在互联网上巨大的资源优势，其数百人的[网络营销](#)团队更让传统企业难以想象。

网络渠道运营与线下渠道运营相比，门槛也大大提升。在线下渠道，搞好几个商超关系，有几家连锁便利店，即可完成铺货。而网络渠道，营销与销售界线模糊，更多的是网络营销与销售的深度结合。以厚朴电子商务为例，团队中既有从事媒体8年以上的策划人，又有从事淘宝7年以上的电商人，还有深耕传统渠道10年的渠道人。

正是运营门槛很高，让不少传统企业“一只脚在门里，一只脚在门外”，有些企业扛不住，就撤回伸进去的那只脚，依旧抱着传统渠道苟延残喘。无论是安踏还是李宁，其高企的库存，一方面是其传统渠道不断“压货”的弊端，另一方面也是网络渠道不断增长的必然。网络渠道不会因为你是行业巨头而等着你。市场就是这样，先占者为王。

西安弈聪信息技术有限公司简介

西安弈聪立足陕西西安，为西安企业提供网站优化，软件开发，软件外包，电子政务，网站建设、企业网络营销咨询服务及实施为主体业务，为客户提供一体化IT技术服务。

西安弈聪现有技术架构包含PHP,asp,.NET.C++,VB,J2EE等，在MYSQL,MSSQL数据库系统，ORACLE大型数据库管理系统开发方面专长，经验丰富，是业内技术服务最全面，技术实力最雄厚的IT技术服务企业之一。

联系电话：029-89322522 4006-626-615 网址：<http://www.xaecong.com> 邮箱：admin@xaecong.com