

# 网络营销

## 传统企业低成本转型的关键

### 提要:

中小微企业利用传统模式开展业务,往往陷入本大利薄举步维艰的泥沼;不少中小微企业已开始互联网营销来另辟业务蹊径。

因为对网络营销的陌生,许多试水的中小微企业还在交学费买教训,远未从网络营销中得利。

如何让你的网络陷阱变成网络馅饼,让互联网成为你的赚钱机器?请看以下几个案例。



### 案例一

## 学会网络营销 一扫8年业务颓势

史劫彤是深圳一家化妆品公司的董事长,公司主要针对各地美容院做化妆品加盟代理服务。

史劫彤一直是个有超前意识的人,早在八年前,当别人根本不懂什么是网络营销的时候,她就找人给自己的公司做了一个网站。按说公司的网络营销起步并不晚,但是效果却很一般。她说:“我之前对这方面一窍不通,就是花钱找人帮我做网站,后来又改了一次。网站做了八年,总共才接了10000块钱生意。”“我也学别人去做搜索竞价,可是不知道怎么投关键词,就胡乱投了一些诸如“美白”、“祛痘”这些词。”“花了好些冤枉钱,在网上就显示了几天,没有一点市场反应,连一个电话也没有接到”。

“后来我一直在想,我的目标客户应该是哪些人?怎么才能让客户找到我?我想寻求突破,可是又不知道该怎么办?真是老虎吃天,

无从下口啊!”

改变发生在2008年5月,史劫彤参加了单仁资讯开办的网络营销培训。培训让她对网络营销有了全新的认识——让她知道互联网有如此多的免费推广方法,让她知道如何带领团队去拓展网络业务。她惊呼:“真的是茅塞顿开!我有一种窗户纸一下就捅破的感觉,太兴奋了!”

“上完单仁老师的课以后,我马上把网站全部改版。我要做美容院的生意,所以我的网站结构要适应美容院老板的习惯和要求;我描述产品的优势,都是他们看重的,这样就能把他们吸引住;我的网站还做了大量的优化,让客户到网上找产品和项目的时候,一下子就能找到我们公司。”

“除了这些,我还把网站的统计数据加上去了,加了在线客服。现在网站上有人浏览,我马上知道他是为什

么东西而来的,他用什么关键字搜索进来访问我都知道。”

现在,当客户在网上输入“深圳化妆品”、“深圳化妆品公司”、“深圳化妆品厂家”等多个关键词进行搜索时,史劫彤公司的信息一般都能排在第一页第一位,排名最低的时候也是前三。大批的客户与史劫彤达成了交易。在公司成交的客户里面,居然有80%的客户通过网络主动找上门的。

史劫彤说:“我们的新产品,2011年2月中旬在大陆上市,2月份推广半个月,销售额达40万。3月份整月销售额比2月份增长4.77倍,在传统营销中要想达到这种增长速度,是绝对不敢想象的。因为网络营销,才拥有了这样的一个销售奇迹。仅仅三年时间,利用免费的推广,利用网络把公司的业务提升了20倍以上。从原来的几百万,提升到现在的过亿的规模。”

### 特别提醒

“2012中国中小微企业网络营销发展论坛(北京站)将于6月17日启幕,著名的网络营销专家,中国电子商务协会网络推广中心副主任轩轸现场为中小微企业家讲授网络赚钱之道。论坛仅向总经理以上级别企业家开放,人数有限,前100位报名的企业家将每人获赠价值1280元门票一张!

主办单位:中国电子商务协会网络营销推广中心  
新京报传媒

承办单位:单仁资讯集团北京分公司  
《实战商业智慧》杂志  
牛商网

论坛地址:大郊亭国际商务酒店  
垂询热线:010-59505764,51493693  
15001355330 贾老师  
13651062546 卫老师  
网络资讯:www.bjnews.com.cn  
论坛专题页面

### 案例二

## 网络营销系统化学习 企业咸鱼大翻身

王甫兵经营着一家成立十五年的玩具企业。这个很早涉足网络营销的商人,因为对网络营销的认知程度不够,导致网络营销之路几经曲折和挫败。

一个平台,一种模式的错误:“其实网络营销我很早就做了,之前在阿里巴巴做了8年多,以前很狭隘地认为网络营销就是做阿里巴巴,后来才明白阿里巴巴也只是网络营销其中一个平台而已,可是当时确实只有这个认识。”

一个网站,一个“雷打不动”的摆设:“我在2005年请人做了一个网站,花了800块钱,网站质量自然很差,网站的内容没有更新过,常年四季地挂着,公司网站几乎没有几个人点击,更不用说接到订单,网站成了一个摆设。”

后来,吸取了教训的王甫兵意识到做网络营销再不能这样东一锤西一棒的零敲碎打了,必须要系统的学习,

“不谋全局者,不足谋一域。”

2011年王甫兵走进单仁资讯的课堂中,通过一次完整而系统的学习,他才算看到网络营销的全貌,真正明白网络营销的含义。

改变很多,王甫兵认为以下几点对他影响很大。

网站的改进和优化——“网络营销在学习了之后就觉得,哇,网站还能接订单!以前只有阿里巴巴的中英文页面网站和一个几百块的老网站,后来,做了结构完整、功能很强的两三个网站,又成功复制了几个网站,一共就有11个网站了。”

关键词优化——“知道了用关键词来做优化,以前是不懂的,现在懂得把我们产品的定位定好了,关键词定好了,网站带来的效益就能够翻倍增长。”

市场定位——“我们是做传统的毛绒玩具,不懂得怎么去做品牌,所以基本上都是做OEM,做B2B;那现在

这一块我们觉得B2B我们做的还可以,那我要进行一些升级,必须有一个战略的定位,所以做了自己的品牌,所以现在我们是从B2B的模式转向B2C模式,零售啊、直销啊现在都有做的。”

以前,市场因为王甫兵的幼稚给予了他无情的惩罚;现在,市场因为他的学习和努力给予他丰厚的回报。

“2008年金融危机以来,我感觉公司是走到尽头,没得做了,结果在去年可以说是死鱼翻身,这两年反而做好了。以前都是一千多万、两千万,去年的市场是最难做的,但是我们出现逆势增长,翻倍地做了四千万,以前淡季是没有订单的,现在的淡季比以前的旺季还要旺。”

现在王甫兵的公司几乎不再需要传统渠道,99%的客户来自网络,迪斯尼、百事可乐、伊利、蒙牛、凡客诚品、京东商城、三星等大品牌,都是在网络上找到他的。

### 相关链接

单仁资讯集团  
(www.srzxjt.com)

由著名网络营销战略专家单仁先生创立于深圳,立志成为中国最具价值的教育传媒企业。2006年开始,单仁资讯首创了电子商务网络营销实战培训课程,让传统企业也能在网上牛起来,迄今已开展107届。影响超过36000家企业,涉及3000个细分行业,学员遍布东南亚及欧美,深受各界好评,是中国培训人数最多、影响最大的电子商务培训课程之一,被企业家称为“中国电子商务的EMBA课程”。2009年9月,单仁资讯集团被中国电子商务协会认定为全国十佳电子商务培训机构。2010年9月单仁资讯被评为中国电子商务的百强企业。2011年4月,单仁资讯被评选为“深圳知名品牌”。

网络营销博客网址  
www.srwlyx.com