

电子商务对未来市场营销方式的影响分析

刘挺

乌鲁木齐市财政会计职业学校 新疆 乌鲁木齐 830017

【摘要】：随着互联网的逐步发展，让电子商务也发展的越来越快，电子商务所涵盖的行业和地区也广泛了不少。它的形成不仅使公司的运营成本能够显著降低，并且可以使公司在一定程度上扩展业务并与全球经济接轨。总的来说，对促进经济全球化和国际商业贸易的发展，电子商务的发展也起着重要作用。电子商务有以下三个特征：成本低，高效率，低价格，这些特征不仅使公司业务受益，而且消费者也能够以低于实体店的价格购买高质量的产品，它填补了消费者的消费情绪，并使消费者和公司受益。本文讨论了电子商务在营销措施上的影响，主要从环境、营销的概念、营销的管理和营销的策略这几方面来讨论。

【关键词】：电子商务；市场营销；第三方支付

一、概述

1、电子商务的概述

电子商务是指使用计算机互联网技术的商业活动，例如生产和销售。除网络交易外，它还包括各种贸易活动，例如通过 Internet 购买，浏览，处理和电子支付。电子商务的主要活动包括很多，不仅需要买卖双方，还需要多个部门合作，如银行和其他金融机构，政府机构，物流和运输方面等。从狭义上来说，其想法是通过网络平台上的第三方支付平台实现消费者到公司，公司到公司以及消费者到个人的交易。随着电子商务的发展，不仅出现了一种方便的交易形式，而且交易也变得越来越普遍，不仅促进了与国内平台的交易，而且和国际平台的形成都在发展，国际贸易的发展也逐渐发展和方便快捷。

2.市场营销概念

市场营销不仅是向客户销售产品，还在于联系社会需求和公司功能，首先必须了解并满足客户的需求；同时需要特定的市场分析、计划、工作执行和控制系统营销方式。市场营销具有创造性的行为，它不仅让费者的需求得到满足，而且可以发现并解决他们的需求。

二、市场营销的环境变化

1.市场全球化越来越紧密

电子商务的飞速迅速，外部营销环境也发生了很大的变化。电子商务是一种通过 Internet 进行的商业交易活动，网络交易挣脱了对地理距离的限制，可以随时随地进行商业活动，促进了市场经济向全球化的发展，并使国际贸易更加紧密。电子商务的发展不仅激励了消费者购买，而且促进了经济全球化，使国际贸易形势向和谐与方便发展。

2.电子商务是未来发展趋势

除了家喻户晓的淘宝和天猫网站之外，在目前，还出现许多具有不同业务类别的电子商务网站，例如京东，苏宁，当当书籍，涉及到我们生活的方方面面，不要出门我们想要的东西都能送货上门。此外，客户售后服务和保修逐渐成为人们在线购物方式的习惯。这是因为与实体店相比，在线平台上购买的产品价格相对便宜，并且可以查看更多产品信息，从而节省了逛街其他形式的所消耗购物时间。在线购物平台向消费者提供客户售后服务，因为在看不到实物，图片可能与实际收到的产品有所不同，并且买方可能不满意需要换货或退货。另一方面，网络购物平台提供产品退货和换货等服务，保障消费者权益。电子商务的出现不仅便利了消费者，在一定程度上满足了他们并为他们提供了保障，而且在一定程度上降低了营销公司的成本。对于实体店销售，需要租用门面或仓库，雇用各个部门管理人员和销售人员，所有这些都是运营成本。但是电子商务销售不需要实体店，只需在您的网站上展示产品即可，客户就可以在网上下单，也不需要那么多员工。以这种格式，电子商务减少了很大一部分成本，是实物销售无法逾越的收益。因此，实体店店铺越来越少，网上商店越来越多，这就是电子商务快速发展的原因。

3.支付方式的变化

商业环境中的付款与销售都是在网络下进行，电子货币付款方式通常可以节约货币发行的资源，同时避免了客户提款的麻烦和商户找零钱的麻烦，从而使整个购物过程更加方便快捷。大多数传统的贸易形式都是当面以现金交易来支付商品，这样，国家不仅要发行很多货币，而且还会导致人民币的过度市场流动，这不仅导致资源浪费，也不利于国家管理与调控货币资金。现金交易虽然已经成为人们的习惯，但

是某些情况是不可避免的，比如会出现没有足够的现金来支付，丢失或偷窃。然而电子商务环境中，国家不必发行太多货币，这不仅可以节省资源，而且可以促进管理并刺激消费。减少了交易双方的现金交易，并且可以通过在线支付平台随时随地进行交易。

三、电子商务在市场营销方式上的影响

电子商务的繁荣发展给我国和全球经济化带来了喜讯。据有关资料统计表明，通过电子商务进行的交易占全部贸易交易的85%以上，表明国际贸易发展也越来越繁荣。据我国2019年的互联网统计资料显示，电子商务在我国交易额已达数百亿美元，占我国总交易额的百分之八十，在线用户平台上也有了3亿多用户，这个数字依然一直在上升。由于互联网平台多样化和互联网灵活性，线上交易将变得更加频繁，这将对我国未来的市场营销产生重大影响。

1. 在市场环境上的影响

传统的交易环境肯定是不能满足实际的电子商务交易方法，因为电子商务形成的交易方式和传统的交易方法不同。传统交易主要是当面购买和销售，消费者和公司通常会看产品的真实形状，并在两者沟通之后达成双方交易，消费者或者购买者需要在现场完成交易，这样会产生一些不必要的成本和费用。自电子商务出现以来，各种形式和产品已为顾客提供了有关其产品和公司的更多信息，从而使他们随时随地可以了解世界各地的商品。这样，中间商的权力也被削弱，中间人在交易过程中逐渐消失，实现了制造商直接向购买者销售产品的情况，制造商的中心可以越来越接近消费者。同时，没有中介参与的生产者市场变得更加多样化，降低了成本，并使消费者能够以较低的价格购买高质量的产品，这可以达到双赢的成效。

2. 在市场营销理念上的影响

传统市场营销主要是为了赚钱，电子商务的发展不仅打破了距离的限制，而且降低了很多的销售成本。电子商务的迅猛发展，使得客户的选择越来越多，所以电子商务公司正在改善其业务，来更多地关注消费者的满意度并增加消费者的“好评”。在电子商务环境中选择产品时，“好评”是消费者选择产品的重要基础。公司能否快速，完全满足客户需求并获得消费者的认可，决定了公司能否在目前激烈的竞争中生存和立足。随着电子商务的便利性影响很多的消费者群体，越来越多的电子商务平台正在涌现，并且电子商务公司之间的竞争也越来越激烈。电子商务平台的价格是透明的，消费者可以在购买产品之前做比较再决定。在产品相同这种情况下，竞争比较的是电子商务服务和售后服务，谁可以更

全面，更明智地满足客户需求就可以吸引更多的顾客。因此，电商环境中的消费者动机和满意度决定了公司影响力的成败。电商营销方法已经实现了生产商和客户之间的一些直接交易，削弱了中介机构的作用。制造商和分销商需要快速响应市场需求并及时调整其营销策略，以适应快速改变的市场需求并更好地满足客户的购买需求。随着电子商务的飞速发展，购买者的主导权不断提高，购买者的风险意识也越来越强，他们会越来越注意保护自己的权利。顾客和销售之间的交流和互动越来越频繁和方便，消费者可以将自己的要求直接发送给商户，也可以直接与生产商进行交流，从而减少了营销的不确定性。

3. 在市场营销管理上的影响

首先，公司不仅方便快捷地在电子商务中展示其产品的功能和优势，而且还是通过互联网提升公司价值和树立良好公司形象的有效途径。同时，通过研究有关市场上同类产品的产品信息，我们可以提高产品质量，将更好的产品推向市场，在市场上占据有利位置以及节省制造和销售时间，从而降低成本。其次，消费者在便利快速的网络环境中与网上的卖方就价格，商品，质量等进行沟通，并使用最方便的聊天方式替换传统营销中进行复杂的谈判、联系、协商等一些繁琐的流程，提高了工作效率并实现了双赢交易。

4. 在市场营销策略上的影响

传统的市场销方法主要是在橱窗中显示产品，但是在电子商务环境中显示产品不仅是您自己产品的简单列表，而是精美的图像和功能强大的营销文字。以及在线购买指南和客户反馈窗口使整个购买的过程更加人性化，将一些潜在的客户转变为真实客户并推动产品销售。在电子商务环境中，消费者可以通过网站和相关app浏览商店中的产品，在许多产品竞赛中，由公司自身来展示产品，如何展示自己的优势，产品形象化，商店布局和产品广告来吸引购买者的眼球。另外，公司可以设置一个询问消费者的窗口和一个提供客户服务以满足不同消费者需求的窗口。价格措施：电子商务营销的开放性使消费者可以查看所有电子商务平台的价格然后进行比较，因此价格优势已经不再是产品的优势。在电子商务环境中，许多类似产品的价格实际上是不同的，甚至有些价格相差很大。在这种环境下，公司需要应对其他购买网站上类似产品的价格波动，及时调整策略，并在市场上保持自身竞争优势。此外，公司可以通过互联网平台做一些广告宣传，各种节日的价格优惠和促销活动可以吸引不少消费者的注意力。促销措施：传统的市场营销模式主要使用人员促销或者是直接接触营销，但是影响范围有很大的限制。互联网

营销广告策略是使用大量的互联网广告，名人效应和电子商务平台会统一运行各种疯狂的“购物节”促销模型。这使销售商家可以节省大量的人力，财力和物力投资。这种效果在许多购物平台上非常客观，例如流行的“双十一”，“双十二”和各种打折促销活动。消费者在这些促销活动中获得了价格优惠，销售商家也在这些促销活动中增加了销售量，可以说是为双方创造了互惠互利的局面。因此，在电子商务环境中，公司可以低成本获得高利润，网络促销的策略是电

商发展的产物，同时在促进电商发展中起着重要作用。

结语

电子商务的快速发展对于我国的经济发展有很大的影响。在本文中，我们将讨论电子商务发展对中国市场营销实践的影响，以及电子商务发展的好处及其未来趋势。互联网平台将继续作为电商的发展平台并且促进电子商务的发展。在电子商务发展的环境中，公司需要不断改进提升自身，与时俱进，共同努力，让电子商务的发展走向繁荣。

参考文献：

- [1] 林萍.浅谈电子商务对未来市场营销方式的影响[D].广东省轻工业高级技工学校,2011, 第四期, P23- P26.
- [2] 顾晓东.电子商务对未来市场营销的影响分析[J].浙江财经大学东方学院, 2014, 第二期, P47- P48.
- [3] 张政.浅谈电子商务对未来市场营销的影响[J].科技致富向导, 2014, 第九期, P123- P124.