



奋达职校
FENDA VOCATIONAL SCHOOL

项目4 选择网络目标市场

主讲：刘岢育

立志 修身 乐业 益天下

目录

CATALOG

(一) 标题一

1.1 小标题一

1.2 小标题二

(二) 标题一

2.1 小标题一

2.2 小标题二

(三) 标题一

3.1 小标题一

3.2 小标题二



奋达职校

FENDA VOCATIONAL SCHOOL

致力成为中国职业教育的标杆！

(一) PPT标题一

1.1 任务1 认识网络目标市场

1.2 任务2 选择网络目标市场



情境设计

任务1 认识网络目标市场

“皮疯子”线下火热、线上冷清的销售情形让李康开始重新审视网络市场。经过市场调研，他决定对市场重新进行细分，并根据自身特点选择其中更具有竞争优势的网络目标市场集中力量攻坚，提升网上商城知名度,从而提高销量。

于是，如何进行市场细分及选择目标市场成了李康工作的当务之急。



任务分解

任务1 认识网络目标市场

活动1 细分网络市场

活动2 认识网络目标市场



活动1 了解网络市场调研

知识窗

19世纪50年代，美国著名的市场学家温德尔·史密斯(Wendell R. Smith)首次提出市场细分的概念。它是以消费者为中心的现代市场营销观念的必然产物。市场细分是指企业根据市场需求的多样性和购买者行为的差异性，把整体市场（即全部顾客和潜在顾客）划分为若干具有某种相似特征的顾客群，以便确定自己的目标市场。

1.1 小标题一



奋达职校
FENDA VOCATIONAL SCHOOL

致力成为中国职业教育的标杆!

1. 网络市场细分的概念

网络市场细分则是指企业在调查研究的基础上，依据网络消费者的购买欲望、购买动机与习惯爱好的多元性和差异性的特点，把网络营销市场划分成不同类型的消费群体，由每个消费群体分别构成企业的一个细分市场。

2. 网络市场细分的依据

细分消费者市场的变量主要有地理变量、人口变量、心理变量、行为变量这四大类。以这些变量为依据进行市场细分就产生了地理细分、人口细分、心理细分和行为细分四种市场细分的基本形式。（见表4.1）

表4.1 网络市场细分的依据

细分标准	细分变量
地理因素	国家、地区、城市规模、气候、人口密度、地形地貌、交通状况、人口密度等
人口因素	年龄、性别、家庭规模、家庭生命周期、收入、职业、教育程度、宗教、种族、国籍等
心理因素	社会阶层、生活方式、性格、购买动机、态度等
行为因素	购买时间、购买数量、购买频率、购买习惯（品牌忠诚度）；对服务、价格、渠道、广告的敏感程度等

3. 网络市场细分的方法

市场细分有3种方法，即完全细分、按一个影响需求的因素细分和按两个以上需求影响因素细分（见表4.2）。

表4.2 网络市场细分的方法

网络市场细分的方法	
(1)完全细分	完全市场细分是指将市场上的每一个消费者都看成是一个独立的市场，企业根据每位消费者的不同需求为其生产不同的产品。 理论上说，只有一些小规模的、消费者数量极少的市场才能进行完全细分，这种做法对企业而言是不经济的。尽管如此，完全细分在某些行业，如飞机制造业、奢侈品等行业还是大有市场，“订制营销”就是企业对市场进行完全细分的结果。
(2)按一个影响需求的因素细分	它是指企业有意忽略消费者彼此之间需求的差异性，选择其中影响购买者需求最强的因素进行细分。 这种细分方法适用于通用性比较大、挑选性不太强的产品，如螺丝刀、钉子等。
(3)按两个以上影响需求的因素细分	大多数产品都需按照两个或两个以上的因素细分，因为大多数产品的销售都受购买者多种需求因素的影响，如不同年龄范围的消费者，因生理或心理的原因对许多消费品都有不同要求；同一年龄范围的消费者，因收入情况不同，也会产生需求的差异。



4. 网络市场细分的步骤

- ①明确研究对象
- ②拟定市场细分的方法、形式和具体变量
- ③搜集信息
- ④实施细分并进行分析评价
- ⑤选择目标市场，提出营销策略

5. 网络市场细分的作用

网络营销市场细分主要有以下几个方面的作用（见表4.3）。

表4.3 网络市场细分的作用

网络营销市场细分的作用	
(1)有利于企业发掘和开拓新的市场	网络消费者未被满足的需求，被称为潜在需求。通常不易发现，但潜藏着巨大的商机。市场细分可以帮助企业挖掘网络消费者的潜在需求和差异需求，并根据市场的潜在购买数量、竞争状况及本企业实力的综合分析，发现新的市场机会，开拓新市场
(2)有利于制订和调整市场营销组合策略	网络市场细分是网络营销策略运用的前提。企业细分网络营销市场后，就可以针对各细分市场制订和实施不同的网络营销组合策略，争取较理想的市场份额
(3)有利于集中使用企业资源，取得最佳营销效果	企业进行市场细分后，就可以根据自身的总体战略目标，选择对自己最有利的目标市场，合理使用企业有限的资源，集中企业人力、物力和财力，以取得最理想的经济效益



活动实施

【做一做】

学校什么饮料最畅销?

步骤1: 5~6人为一组, 思考并讨论: 假设学校小卖部只能销售5种饮料, 你认为销售哪5种饮料会最受学生欢迎? 请根据所学的市场细分知识分析你做出的选择, 并对饮料进行“畅销排名”。

(先分析学校学生这个目标消费群体可按哪种标准划分细分市场, 再由细分市场推导确定适合这个细分市场的饮料)

并将讨论结果记录在课本相应位置。

1.1 小标题一



奋达职校
FENDA VOCATIONAL SCHOOL

致力成为中国职业教育的标杆!

【搜一搜】

海尔为哪些人提供商品定制服务?



活动2 认识网络目标市场

知识窗

1. 网络目标市场的概念

网络目标市场也称网络目标消费群体，是指企业商品和服务的网络销售对象，是企业对市场细分后，从所有的细分市场中选定的、决定进入并开展营销活动的细分市场。网络目标市场是企业根据主客观条件从众多的细分市场中选出的一部分或者全部市场。

1.1 小标题一



奋达职校
FENDA VOCATIONAL SCHOOL

致力成为中国职业教育的标杆!

2. 网络目标市场的选择策略

选择目标市场的5种市场策略:

- (1) 密集单一市场
- (2) 有选择的专门化
- (3) 产品专门化
- (4) 市场专门化
- (5) 完全覆盖市场



图4.2 九阳豆浆机



3. 好的网络目标市场必须具备的条件

- (1) 网络营销市场有一定的购买力，能取得一定的营业额和利润。
- (2) 网络细分市场有尚未满足的需求，有一定的发展潜力。
- (3) 企业有能力满足该网络细分市场的需求，有市场取胜所需要的技术和资源。
- (4) 企业有开拓该网络细分市场的力量，有一定的竞争优势。



活动实施

【做一做】

学校的格子铺适合卖什么类型的鞋子？

步骤1：5~6人为一组，思考并讨论：假设某中职学校现有学生3000人，其中，60%的学生来自周边乡镇，并且全校女生占比为45%。假设要在学校的格子铺开设鞋子专卖，你会如何做产品和客户选择？为什么？

将结果记录在课本的相应位置。

1.1 小标题一



奋达职校
FENDA VOCATIONAL SCHOOL

致力成为中国职业教育的标杆！

【讨论】

打开麦考林官方网站，讨论问题：

①选择其中一种产品，结合其造型、功能介绍，说说其对应的网络目标市场。

产品：

对应的网络目标市场：

②从麦考林的简介及官网的装修风格、产品，确认其网络细分的目标市场。

网络目标市场：



图4.3 麦考林电子商务（上海）有限公司官网



合作实训

任务1 认识网络营销行业与职业

实训任务

上海某快餐公司专门为各企事业单位提供职工用餐，经营范围包括团体用餐配送、盒饭配送、单位食堂承包托管等。依据营养学进行科学配餐，该快餐公司预备根据不同的客户要求，制订不同的服务方案。请帮助公司设计更多的快餐套餐并做出市场细分。部分套餐设计如下（见图4.4）。

1.1 小标题一



奋达职校
FENDA VOCATIONAL SCHOOL

致力成为中国职业教育的标杆！

实训目的

通过实训帮助学生初步掌握网络市场细分的依据及方法，并培养学生团队合作精神。

实训过程

学生通过小组（每组5~6人，推选一名组长，由组长根据小组情况进行任务分工）共同完成快餐公司的市场细分任务。

步骤1 从四大变量分析客户购买的影响因素并列举出来。

步骤2 针对客户的不同喜好总结出客户的不同需求。

步骤3 为客户的不同需求设计不同的快餐套餐及包装盒。

步骤4 设计产品价格。

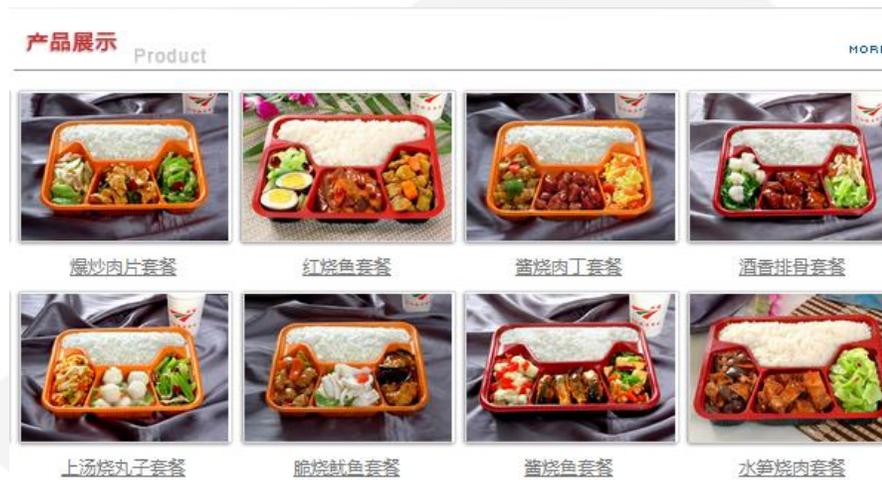
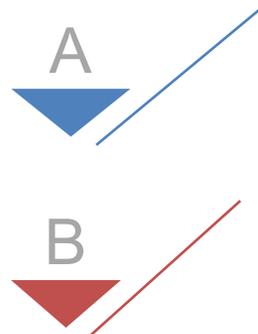


图4.4 快餐套餐



目 录

CONTENTS



任务1 认识网络目标市场

任务2 选择网络目标市场



情境设计

任务2 实施网络市场调研

经过市场细分和目标市场的重新选择后，“皮疯子”网上商城的销售情况日益好转。李康明白，要想取得网络市场的长久发展，就要对网络市场有足够的了解，并利用一些知名度较高的网络平台为商城创造更多的发展和销售机会。于是，他开始思考如何对商城做更多的网络铺设，促进商城更好、更快发展。



任务分解

任务2 选择网络目标市场

活动1 选择网络营销平台

活动2 选择网络营销策略



活动1 选择网络营销平台

知识窗

1. 网络营销平台的分类

(1) 根据网络营销平台的功能分类

网络营销平台可以根据其功能结构进行分类，主要包括以下几种类型：信息发布平台、客户管理平台、交易协作平台、系统管理平台及安全保障平台等

1.1 小标题一



奋达职校
FENDA VOCATIONAL SCHOOL

致力成为中国职业教育的标杆!

常见的信息发布平台	58 同城（见图 4.6）、赶集网、百姓网、114、列表网等
常见的客户管理平台	阿里巴巴、客户无忧等
常见的交易协作平台	易绚·CG、猪八戒网等
常见的系统管理平台	用友、金蝶、速达、管家婆、鹏为软件等
常见的安全保障平台	51CTO 网络安全频道、幽灵学院、红黑联盟安全频道、安全联盟、吾爱破解论坛等



图4.6 “58同城”信息发布平台

表4.4 常见的网络营销平台展示

1.1 小标题一



奋达职校
FENDA VOCATIONAL SCHOOL

致力成为中国职业教育的标杆!

(2) 根据网络营销平台的客户对象分类

网络营销平台根据不同的客户对象进行分类，主要包括以下几种类型：
B2B即企业对企业的采购平台，如阿里巴巴；B2C即企业对消费者的直销平台，如天猫、当当网；B2G即企业对政府的销售平台，如政府采购机票管理网站（见图4.7）；C2C即消费者对消费者的转让平台，如淘宝网等。



图4.7 B2G销售平台

1.1 小标题一



奋达职校
FENDA VOCATIONAL SCHOOL

致力成为中国职业教育的标杆!

(3) 根据网络营销平台的所有者分类

根据电子商务企业开展电子商务所使用的网络营销平台的归属权来分类，网络营销平台可分为：企业自建网络营销平台，第三方网络营销平台。



2.网络营销平台的选择

在建立网上商店的前期调研工作中，选择合适的网络营销平台是成功的关键一步。选择合适的网络营销平台，应考虑以下因素：

- (1)知名度高、品牌形象好、流量大
- (2)完善的支付和配送体系
- (3)稳定的后台技术、快速周到的顾客服务、完善的建店功能、方便的用户管理
- (4)网上商店的租金、费用水平

1.1 小标题一



奋达职校
FENDA VOCATIONAL SCHOOL

致力成为中国职业教育的标杆！

活动实施

【搜一搜】

你选“起点中文网”还是“潇湘书院”？

步骤1：通过搜索引擎查找“起点中文网”和“潇湘书院”，观察网站风格及主流作品的差异性。

步骤2：思考：如果你有一篇科幻武侠小说要发表，你会选择发表在“起点中文网”还是“潇湘书院”？为什么？

步骤3：分享你选择的理由。

1.1 小标题一



奋达职校
FENDA VOCATIONAL SCHOOL

致力成为中国职业教育的标杆!

【填一填】

在网上收集余额宝市场细分的相关资料，完成表4.5。

表4.5 余额宝市场细分调查

余额宝	
产生背景	
成立时间	
用户数	
网络目标市场选择	
产品功能	
产品优势	
通过哪些方法吸引消费者	



活动2 选择网络营销策略

知识窗

1. 网络营销策略的概念

网络营销策略是企业根据自身在市场中所处的不同地位而采取的一些网络营销组合，它包括网络品牌策略、网页策略、产品策略、价格策略、促销策略、渠道策略和顾客服务策略等。

1.1 小标题一



奋达职校
FENDA VOCATIONAL SCHOOL

致力成为中国职业教育的标杆!

2. 常见的网络营销策略

(1) 网络品牌策略

(2) 网页策略



图4.9 互联网著名品牌“三只松鼠”

1.1 小标题一



奋达职校
FENDA VOCATIONAL SCHOOL

致力成为中国职业教育的标杆!

(3) 产品策略

- ① 核心利益或服务层次
- ② 有形产品层次
- ③ 期望产品层次
- ④ 延伸产品层次
- ⑤ 潜在产品层次

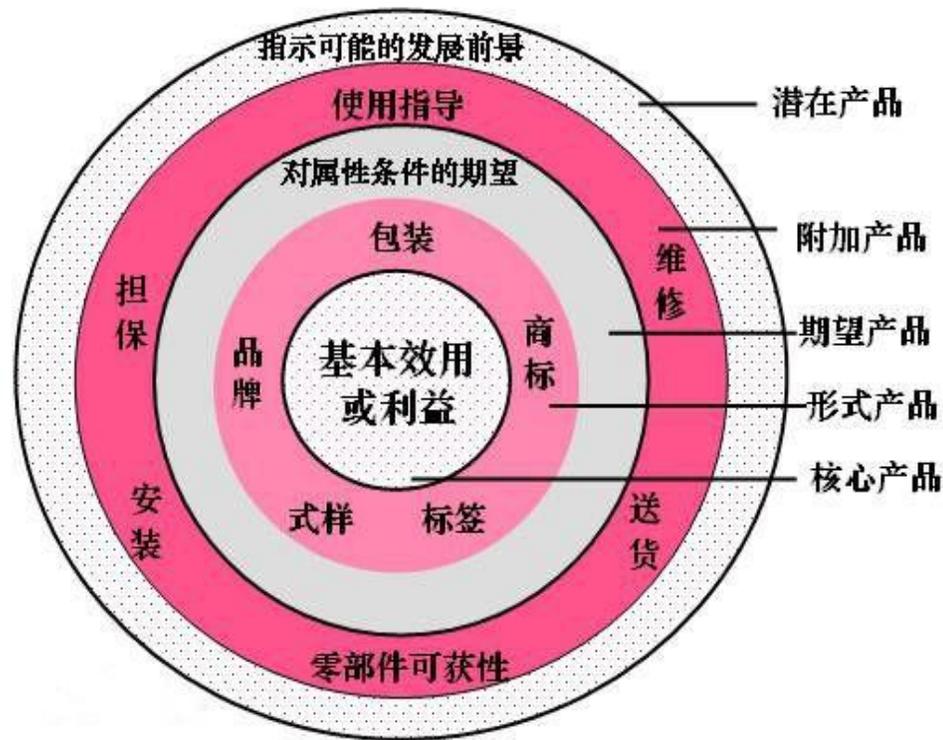


图4.10 产品的整体概念

1.1 小标题一



奋达职校
FENDA VOCATIONAL SCHOOL

致力成为中国职业教育的标杆!

(3) 价格策略

- ① 定制定价策略
- ② 低价定价策略
- ③ 高价定价策略
- ④ 拍卖定价策略
- ⑤ 捆绑定价策略
- ⑥ 品牌定价策略
- ⑦ 尾数定价策略
- ⑧ 差别定价策略
- ⑨ 统一定价策略

1.1 小标题一



奋达职校
FENDA VOCATIONAL SCHOOL

致力成为中国职业教育的标杆!

(5) 促销策略

表4.6 网络促销的4种形式

序号	网络促销的4种形式	
1	①网络广告	主要是借助网上知名站点（ISP 或 ICP）、免费电子邮件和一些免费公开的交互站点（如新闻组、公告栏）发布企业的产品信息，对企业和产品进行宣传推广。
2	②站点推广	利用网络营销策略扩大站点的知名度，吸引上网者访问网站，起到宣传和推广企业及企业产品的效果。
3	③销售促进	利用可以直接销售的网络营销站点，采用一些销售手段如价格折扣、有奖销售、拍卖销售等来宣传和推广产品。
4	④关系营销	借助互联网的交互功能吸引用户与企业保持密切关系，培养顾客忠诚度，提高企业收益率。



活动实施

【想一想】

学校自主招生的网络宣传策略

假设你们学校正在进行自主招生的前期网络宣传，你负责策划此次宣传活动，为了实现更好的宣传效果，你会选择哪些网络平台以及运用哪些营销策略进行宣传？

步骤1：登录学校官网，了解学校历史文化、人文环境等。

步骤2：进入学校贴吧，查看学生留言及跟帖，归纳学生关注点。

步骤3：选择网络平台，并观察该网络平台特点，运用相关营销策略进行招生宣传。

步骤4：分享你选择的理由及对营销策略的思考。

【想一想】

以下图片是2018年2月1-4日京东超市年货节之京东食品饮料专题活动的福气满满礼盒活动海报（见图4.12-4.13）。以小组为单位（4~6人）为一组，讨论相关问题。

问题1：京东此次活动选的哪个时间段？这个时间段对本次营销起到什么作用？

问题2：福气满满礼盒有哪些产品？这样的产品组合设置合理吗？

问题3：福气满满礼盒有哪些品牌的参与？

问题4：福气满满礼盒活动运用了本节课价格策略中的哪些策略？

1.1 小标题一



奋达职校
FENDA VOCATIONAL SCHOOL

致力成为中国职业教育的标杆!



图4.12 福气满满活动礼盒海报



图4.13 福气满满礼盒规格



合作实训

任务1 认识网络营销行业与职业

实训任务

“农梦成真”是一群年青人创建的团队，他们致力于通过自身力量帮助中国广大农民找到农产品销路，提高农民的生产热情及乡村生活质量。他们的愿望是“让青春守护乡村，让农民梦想成真”，并通过不定期进行支教、募捐等公益活动，让受困地区感受到正能量。

“农梦成真”现在要做一些网络平台推广，请你给出一些平台方案，并分析选择原因。

1.1 小标题一



奋达职校
FENDA VOCATIONAL SCHOOL

致力成为中国职业教育的标杆!

实训目的

通过实训帮助学生了解各大网络营销平台，并进行平台优势总结；为“农梦成真”的推广找到合适的网络营销平台。同时培养学生友爱、团结及奉献精神。

实训过程

学生通过小组（每组5~6人，推选一名组长，由组长根据小组情况进行任务分工）共同完成“农梦成真”的网络平台选择任务。

步骤1 了解“农梦成真”背景及愿景。

步骤2 针对“农梦成真”的不同客户群寻找不同的网络营销平台。

步骤3 分析各大网络营销平台的特点及优势。

步骤4 选择合适的网络营销平台。



项目总结

STP营销理论包括三要素：市场细分（market segmentation）、目标市场（market targeting）和市场定位（market positioning）。本项目着重讲解了市场细分和目标市场选择两块内容。

网络消费者需求的差异性在网络市场细分的客观基础。网络市场细分有利于企业发掘和开拓新的市场；有利于企业制订和调整市场营销组合策略；有利于企业取得最佳营销效果。

网络目标市场也称网络目标消费群体，是指企业商品和服务的网络销售对象。是企业市场细分后，从所有的细分市场中选定的、决定进入并开展营销活动的细分市场。影响网络目标市场选择的因素从大体上分为两种：宏观因素和微观因素。

网络营销平台的分类有很多种。选择网络营销平台时应考虑以下因素：①知名度高，品牌形象好，流量大；②完善的支付和配送体系；③稳定的后台技术、快速周到的顾客服务、完善的建店功能、方便的用户管理；④网上商店的租金、费用水平等。

网络营销策略是企业根据自身所在市场中所处地位不同而采取的一些网络营销组合，它包括网络品牌策略、网页策略、产品策略、价格策略、促销策略、渠道策略和顾客服务策略等。



奋达职校

FENDA VOCATIONAL SCHOOL

THANKS FOR WATCHING



致力成为中国职业教育的标杆！