电子商务环境下顾客忠诚度的培养

段彦辉 段宇轩
广州松田职业学院

DOI:10.32629/mef.v1i2.15

[摘要] 近年来,电子商务在我国乃至全球贸易市场上蓬勃发展,并已经融入到我们生活的各个角落。随着电子商务的快速发展,经济学中盛行的“二八定律”得到了很好的验证,很多经济学家认为,创造企业利润 80% 的这 20% 顾客就是企业客户忠诚度的真正价值所在。顾客是企业的真正源泉,在当今经济发展趋势下,建立和提高顾客忠诚度是企业生存和发展的根本所在,许多企业的管理经验和研究表明,开发一个新客户比维持一个老客户要付出更多的精力和成本。所以,培养顾客忠诚度将是企业获得成功的法宝。

[关键词] 电子商务; 顾客忠诚度; 培养

1 顾客忠诚度的含义

顾客忠诚度顾名思义就是顾客对企业或对某种产品忠诚的程度,是一个抽象的概念。由于受到质量、价格、服务等诸多因素的影响,从而使顾客对某一企业的产品或服务产生一种特别的感情,形成偏爱并长期持续购买该企业产品或服务的程度。从真正意义上讲,顾客忠诚度是一种消费者的个人行为,而顾客满意度只是一种态度。许多学者更是直接表示,忠诚的顾客将是企业竞争优势的主要来源之一。

2 电子商务环境下顾客忠诚度的重要性

为什么在电子商务环境下顾客忠诚度越来越受到经济学家的重视? 研究证明,企业 80% 的利润来源于 20% 的顾客,这 20% 的顾客就是我们的老客户。西方营销专家的实践研究和企业的经验表明:“争取一个新顾客的成本是留住一个老顾客的 5 倍,一个老顾客贡献的利润是新顾客的 16 倍。”因此,对当前的企业来说,营销上的成功已不仅仅是统计意义上的市场占有率,更应体现在企业拥有多少忠诚的顾客。

(1) 改善整体环境, 重塑吸引力

企业的信誉与形象是企业的一种无形资产,是企业经营成败的重要因素。我们要妥善地经营企业的形象,提升企业的服务水平给顾客带来更优质的感受,企业的信誉和形象主要体现在产品和服务的质量上,创立名牌产品,实行优质服务,是企业良好信誉和形象的表现,也是企业开展正当竞争的主要手段。网站是一个企业对外宣传的一个窗口,是企业的门面,具有企业特色的网站设计可以更好的向客户宣传该企业的产品或服务。一个好的网站设计可以带给客户不同的体验,有吸引力的网站设计能吸引用户注意力,刺激他们购物的欲望。

(2) 重新认识顾客忠诚度, 全面提升服务水平

很久以来,在旧的传统观念的影响下,企业营销人员关心的往往是产品或服务本身的销售,他们把营销的重点集中在吸纳新顾客上。其实,与新顾客相比,老顾客会给企业带来意想不到的利益。与顾客之间的长期互利关系是企业的巨大财富,它增强了企业在行业市场竞争中抗击打的能力。尤其

是在快速变化的市场中,市场份额的质量比数量尤其重要。

顾客忠诚的基础是顾客的满意度,想要获得顾客忠诚度就要先提升顾客的满意度。要积极地、主动地收集顾客满意程度的有关信息,了解顾客需求、分析顾客的感受,把顾客满意作为公司的出发点和终结点。为达到这一目的不妨“换个角度思考”,即从顾客能接受的角度来服务顾客、获得效益。当顾客对企业的产品或服务特别满意时,他们就会成为企业的忠诚顾客,为企业带来更多的利润。

3 电子商务时代下顾客忠诚度的新策略

(1) 360 度全方位服务, 做好销售末尾工作

在电子商务环境下我们需要全方位的把顾客服务好,为顾客创造更舒适的购物环境,让顾客在选择产品或服务时精神上得到更大的满足。我们可以设置一些有奖问答小活动,问题可以设置一些和企业有关的或在企业网站上能找到答案的,让客户来回答,

做好售后工作,售后的服务对培养顾客忠诚度尤其重要。我们应该及时、迅速地与客户进行交流,把被动的服务变成主动的服务,这不仅可以解决客户现有的问题,还可以及时了解用户对商品的需求,把握市场动态,改进商品的功能和质量。

在企业经营时,服务好我们的顾客非常重要。在市场激烈的竞争中,优质的服务才能吸引顾客,但因为各种原因,我们提供的服务与客户的期望还是存在差距的。当我们的产品或服务达不到顾客的期望值时,顾客投诉的现象就出现了。有时,客户需要的仅是一个真诚的道歉或者合理解释,我们要抱着一切为客户服务的宗旨当场解决。对于一些实际性需要解决的问题,首先要懂得换位思考,设身处地的站在客户立场上去思考,注意言语恰当。通过合理及时有效处理好客户投诉,既发现企业自身存在的问题,同时也向客户传达企业,尊重客户,积极解决改正问题的行动和文化,从而赢得客户更多的认可。对于客户投诉问题要及时处理,因为客户最怕无休止的等待,要把客户不满降低到最小。最后,要做好回访工作,一方面落实问题的解决,另一方面再次向客户表达

歉意,从而重拾客户对我们的信心以认同。除了外部顾客,还有我们的内部顾客,内部顾客包括股东、经营者以及员工。

(2) 个性化的市场营销服务

相比于传统的市场营销服务,现阶段的电子商务影响服务做大的优势就是个性化,能够对经济资源进行有效的整合,从而根据网络用户的角度进行分析,为网络消费者设计更多充满个性化的产品,有效的满足了网络消费者的需求,也充分的提高了市场资源的利用率。

目前,企业若想得到更好的发展,必须对电子商务服务进行创新,使整个市场营销服务更加个性化,企业也能够通过电子商务技术更加直接的了解到消费者的动态以及需求,实现互动性的市场营销。电子商务时代下的市场营销服务,是一个复杂的工作,也是一种网络互动的体现,企业不仅要基础的数据信息进行研究,同时也必须要重点注意数据信息的反馈情况,将这些数据信息做好记录,使数据库更加充实,为信息数据的整合打下基础,使企业的市场营销能够成为一个动态的机制,实现自动立体化的营销服务模式,提升整个电子商务的服务能力,达到市场营销的目标,使市场企业的电子商务水平能够得到切实的提高,企业的电子商务信息也会变得更加具备针对性与专业性。

(3) 拓展电子商务的渠道

随着网络市场营销的不断发展,电子商务成为了现阶段销售市场中的主流并且得到了充分的发展,在这期间,电子商务的整个销售流程已经比较成熟,其中包括物流、保险以及售后等等,阿里巴巴、京东等大型网络平台进行驻入了越来越多的经销商。所以,企业应该积极的加入到网络营销市场的浪潮中,紧跟时代的发展,从而拓展企业市场营销的渠道。在企业拓展市场营销渠道的过程中,应该充分的利用企业自身的优势以及资源,让消费者能够更加直接、全面的了解到产品的信息,从而提高产品的销量。同时,利用网络技术进行产品销售,也能够更加方便、快捷的对销售量进行统计,而且也能够使消费者更加方便的进行售后服务以及先关信息的查询,能够充分的弥补传统实体销售中的不足。所以,企业应该充分合理的利用网络时代的便利性,不断的拓展市场营销的渠道。

(4) 创新电子商务策略

现阶段,随着电子商务的不断发展,企业只有跟随时代的发展,不断的创新电子商务的策略,才能够使消费者获得更加良好的消费体验,从而使企业能够更加符合时代的发展。在实际的创新过程中,企业必须要明确的建立战略合作伙伴关系,因为在现阶段,各种各样的新技术、新手段在不断

的增多,在实际的市场营销策略创新中,往往会涉及到很多种新的技术、新的手段,如果只是单一的一家企业则很难对进行实际的运作,所以,企业必须要结合自身的实际情况以及自身的营销需求,在经济市场中寻找可以信赖的合作伙伴,从而相互合作,相互依赖,实现市场营销的目的。

另外,企业在制定市场营销方案之前,应该对销售市场进行充分的考察,因为,随着电子商务的不断发展,消费者的需求也变得越来越多样化,所以,在制定市场营销策略的时候,必须要充分的考察实际的市场情况以及消费者的需求,在收集信息的时候可以将付款方式、售后服务以及产品性能等作为考察的重点内容,而后根据所收集来的信息进行分析,全方面的了解市场的情况以及消费者的心理,根据分析出来的结果制定市场营销方案,从而确保销售目标以及销售量的稳定性。同时,也要根据市场的不断变化,对市场营销方案作出调整,使市场营销方案能够更好的适用于消费者。

4 结束语

本文主要通过顾客忠诚的分析与了解,在电子商务时代,保持顾客忠诚度,使企业在激烈的竞争中取更大的利润。首先对顾客忠诚度的概念和分类进行了简单介绍,以及对顾客忠诚度的重要性进行阐述,说明了在电子商务时代下顾客忠诚度的培养对企业未来发展成功与否的重要性。然后对电子商务环境下顾客忠诚度的影响障碍因素和驱动因素进行分析,帮助企业在培养顾客忠诚度的过程更好的了解。

【参考文献】

- [1]马自欣.顾客满意度与商品品牌价值的关系[J].学习月刊,2015,(24):27-28.
- [2]于家懿.浅析提高顾客忠诚度的策略[J].现代营销(下旬刊),2016,(02):20.
- [3]缪仁杰.电子商务环境下顾客忠诚度的培养[J].企业导报,2016,(07):121+140.
- [4]刘健,唐亚男,邵伶芳.网络顾客忠诚度量表的开发与检验——基于天猫零售超市的实证研究[J].商场现代化,2016,(13):18-19.
- [5]郭雪吟.企业微博在提高顾客忠诚度方面的作用分析[J].新闻传播,2015,(01):70-71.
- [6]韩文亮.提升顾客忠诚度的策略分析[J].智富时代,2016,(10):39.

作者简介:

段彦辉(1982--),男,汉族,河南舞阳人,硕士研究生,讲师、经济师、高级企业人力资源管理师,国家二级心理咨询师,研究方向:市场营销、人力资源管理。