



通用網址:另一尚未被人認識的金礦

來源: PChome.net (<http://article.pchome.net/content-140328.html>)

日期: 28-Nov-2006

通過網站帶來的生意至少有六七百萬元。”這是武漢一家公司董事長陳松青頗為自豪的業績。的確，這家曾經掙扎在死亡線上的小廠子不僅已經扭虧為盈，而且還遊刃有餘地走在網路經濟時代的前沿，做起了電器行業門戶網站。這樣的蛻變應歸功於網路行銷的巧妙應用——2003年，武漢這家公司在資金比較緊張的情況下，董事長陳松青毅然決定投入 20 多萬元註冊了與產品相關的通用網址和功能變數名稱，從此便開始了網路行銷之路。事實證明，選擇通用網址這種網路行銷工具是選對了路。此後在打造電器行業門戶網站“中國電器資訊網”時，陳松青仍舊把目光鎖定在了通用網址身上。

喜嘗網路甜頭

“當哪個客戶通過互聯網尋找電器設備生產商時，全部都會直接指向我們公司的網站。”陳松青對公司通用網址的實效已是胸有成竹。

2003年，當互聯網正在以驚人速度蔓延時，陳松青先人一步察覺到了其中的商機。他當機立斷投入 20 多萬元，將與自己的產品——高低壓電器相關的上百個功能變數名稱、通用網址註冊一空，全部指向了自己公司的網站。陳松青在註冊通用網址時採用的是以電器行業辭彙為中心、廣泛撒網的策略。他們大量註冊了與高低壓電器相關的行業辭彙，例如“高壓開關櫃”、“低壓開關櫃”以及“武漢電器”等，這些辭彙都是華通的主打產品。因為這個行業內的很多大客戶都習慣通過互聯網來尋找電器設備配套商，眾多高低壓電器行業辭彙構成了一張由通用網址連接起來的網路行銷大網，大大提高了網站的點擊率和影響力，也為企業截獲了更多來自互聯網的商機。之後，企業收到的來自四面八方的訂單證實了他的選擇是對的。

在嘗到了通用網址給企業帶來的甜頭之後，武漢這家企業認准了網路行銷的潛力，一頭紮進了 IT 行業，甚至建立起專業團隊做起了電器行業門戶網站。這次，武漢這家企業仍然選擇了通用網址推廣“中國電器資訊網”。除了把早先註冊的“中國電器資訊網”指向網站外，還把“中國電力電器網”、“中國低壓電器網”、“中國建築電器網”、“中國電器供應商”等多個通用網址指向了自己的網站。通過這些通用網址的推廣，這些網站在不長的時間內就獲得了較高關注度，在電器行業已經有了相當好的口碑。

談起做這個門戶網站的初衷，武漢這家企業負責人說：“當初做這個決定時，身邊是有一些朋友反對，因為互聯網行業不是自己的本業，再加上這幾年企業的業績一直不錯，大家怕我因冒進而造成損失。”但是，他認為“人無遠慮，必有近憂”，高低壓電器行業的競爭已經日趨激烈，尋找新的主營業務是一步早晚都要走的棋。



HUYI
環球互易

**HUYI GLOBAL INFORMATION RESOURCES
(HOLDING) COMPANY HONG KONG LIMITED**
環球互易資訊(控股)集團香港有限公司

巧註用網址搶佔先機

“四處尋找客戶雖然也是行之有效的行銷辦法，但遠沒有讓客戶主動找上門來更爲主動。”互聯網專家呂本富教授這樣認爲。其實，網路行銷把握的是時機、是資源，爭奪的是那些最有購買意向的客戶。這類客戶的主要特徵是，需求比較明確、購買的成功率高，而且他們往往會通過網路來搜尋所需的產品資料。

專家分析，中小企業在與大型企業競爭時存在許多劣勢，單就巨額的市場投入費用來說，中小企業已經棋輸一招。所以，中小企業應該揚長避短，在對行銷趨勢的把握上下功夫，把通用網址等基於互聯網的主動行銷手段用好、用活。畢竟，與銷售人員四處奔跑相比，通過網路挖掘出對自己產品感興趣的客戶，這種行銷方式顯得更科學也更有效率。中小企業如何讓用戶第一時間在網路上準確找到你，這就成爲了衡量網路行銷效果的關鍵。“快人一步，搶佔先機”，一句感言恰恰是用好通用網址最重要的一點。

據悉，利用通用網址來進行網路行銷的方式目前在我國廣大中小企業中已經形成了一種風潮，“重慶火鍋”、“南京婚慶”、“廣東婚紗攝影”等等特色通用網址已被各地企業紛紛啓用，而一些與企業產品相關的專業辭彙(如“工礦服裝”、“汽車配件”)更是受到了中小企業的青睞。業內專家表示，通用網址可以幫助中小企業建立系統的網路品牌、獲得廣闊的發展空間，在市場中搶佔更多商機。