

[美] JILL H. ELLSWORTH MATTHEW V. ELLSWORTH 著

凌涛 王玉琳 译



怎样使用 Internet 网开展市场营销 MARKETING

Internet

- Internet 网上的商务活动
- 掌握技术用于在线商业交易
- 设计 Web 站点吸引广大客户
- 寻求在线商务信息和网络资源



WILEY



电子工业出版社

PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY

URL: <http://www.phei.co.cn>

436168

怎样使用 Internet 网开展市场营销

[美] Jill H. Ellsworth Matthew V. Ellsworth 著

凌 涛 王玉琳 译



电子工业出版社

PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY

内 容 简 介

JS/56/22

本书介绍 Internet 网上市场的现状,分析市场营销的可能性,从实践上阐述了成功地在 Internet 上开展市场营销应具备的要素,并结合 Internet 网络技术,详细地介绍了如何利用现有的 Internet 工具和资源,构造图文并茂、高效、抗打击的 Web 站点,以吸引更多的 Web 浏览者,从而树立深入人心的企业形象,实现 Internet 上的市场营销。本书叙述浅显易懂,附有大量的 Internet 网上市场营销实例。这些实例涉及面广,对企业决策人、市场营销及计算机、网络 Web 站点开发人员具有参考价值。

Copyright © by Wiley. All rights reserved.

本书英文版书名为“Marketing On Internet”,系由美国 Wiley 公司在美国出版。本书中文版权已于 1997 年 5 月由 Wiley 公司授权于电子工业出版社,未经出版社同意任何人不得以任何手段复制抄袭本书的任何内容。

书 名: 怎样使用 Internet 网开展市场营销

著 者:[美]Jill H. Ellsworth, Matthew V. Ellsworth

译 者:凌 涛 王玉琳

责任编辑:和德林

排版制作:电子工业出版社照排室

印 刷 者:北京科技大学印刷厂

出版发行:电子工业出版社出版、发行 URL: <http://www.phei.co.cn>

北京市海淀区万寿路 173 信箱 邮编 100036 发行部电话 68214070

经 销:各地新华书店经销

开 本:787×1092 1/16 印张:17 字数:436 千字

版 次:1998 年 1 月第 1 版 1998 年 1 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 7-5053-4230-4
TP·1902

定 价:28.00 元

著作权合同登记号 图字:01-97-0608 号

凡购买电子工业出版社的图书,如有缺页、倒页、脱页者,本社发行部负责调换

版权所有·翻印必究

序 言

Internet 网络是世界上渴望信息自由的人们共同创造的。这是对世界文明的一大贡献。它的特点是信息开发不分国界,与信息封锁形成鲜明对照。正因为如此,Internet 网络发展迅猛,网上技术不断突破,网上信息浩如烟海,网上用户成倍翻番,国内用户已达 80 余万。网络技术使得我们居住的地球变得越来越小,人们彼此之间的距离越来越近,相互交流越来越方便。

Internet 网络迅猛发展的同时,在悄悄地改变着人们的观念,改变着人们的学习和工作,也在改变着人们的生活。网络已是继报纸、广播、电视之后的又一种发布信息的媒体,并且比前三类媒体更具特色。如何更好地使用 Internet 网络,从其获取更大的收益,引起越来越多的人所关注。在网络上进行市场策划和营销以其自身特点显示出强大的冲击力。网络市场已引起人们的特别注意。

本书正是基于这种目的而编写的。我们翻译此书旨在向中国用户展示如何开拓这个领域的工作。本书介绍了 Internet 网上市场的现状,分析了网上市场营销的可能性。从实践的角度出发,阐述了成功的在 Internet 上开展市场营销应具备的要素,并结合 Internet 网络技术,详细介绍了如何利用现有的 Internet 工具和资源,构造图文并茂、高效率、抗打击的 Web 站点,以吸引更多的 Web 浏览者,从而树立深入人心的企业形象,实现 Internet 上的市场营销。

本书叙述浅显易懂,并附有大量 Internet 上市场营销的实例。这些实例涉及面广,对企业的决策人士、市场营销人员及 Web 站点开发人员来说都是难得的一手参考资料。

Internet 的奇妙之一就在它日新月异的应用并不全由开发者来开发,也受使用者的推动。我们衷心希望本书的读者能够利用 Internet 构造出功能强大、配置合理、引人入胜的 Web 站点,在成功进行市场营销的同时,也丰富 Internet 的应用。

参加本书翻译工作的有凌涛、王玉琳、刘勇、万承红、吕继东、孙跃、韩梅、武敬群、张欣、张慧等同志。全书由凌涛负责统稿。

特别感谢和德林同志在翻译和编辑过程中给予我们的帮助和配合。正是他认真而细致的工作,保证了本书的质量。

翻译若有不妥之处,敬请读者批评指正。

译者

一九九七年十一月于北京

目 录

序言

引言	(1)
0.1 本书的读者对象	(1)
0.2 Internet——商务活动的好帮手	(1)
0.3 Internet——界面友好	(1)
0.4 World Wide Web——市场营销的新途径	(2)
0.5 如何用 World Wide Web 进行商务活动	(2)
0.6 本书的内容	(10)
0.7 下一章简介	(11)

第一部分 Web 对市场营销的影响

第一章 Internet 概述	(12)
1.1 什么是 World Wide Web?	(12)
1.2 Internet 有多大?	(13)
1.3 谁真正在 Internet 上?	(13)
1.4 谁拥有 Internet 和 Web?	(19)
1.5 下一章简介	(19)
第二章 Internet 上市场营销概述	(20)
2.1 怎样有效地营销	(20)
2.1.1 CDnow	(20)
2.1.2 Cybergrrl	(21)
2.1.3 Book Stacks Unlimited	(22)
2.1.4 Clorox	(22)
2.1.5 PC Foods	(23)
2.2 营销媒体的本质是什么?	(23)
2.2.1 Internet 文化	(24)
2.2.2 Internet 营销趋势	(24)
2.3 Internet 上的买卖活动	(25)
2.3.1 通过信息进行买卖活动	(25)
2.3.2 面向高科技人员的买卖活动	(25)
2.3.3 面向特定阶层的买卖活动	(26)
2.3.4 面向全球的买卖活动	(26)

2.3.5 面向兴趣者的买卖活动	(26)
2.4 在网上进行营销的不足之处	(27)
2.5 新技术及工具	(27)
2.6 下一章简介	(28)

第二部分 Internet 网上市场成功营销实例

第三章 用于商务活动的 WWW	(29)
-----------------------	------

3.1 Web 快速扫描	(30)
3.2 HTML、HTTP 和多媒体是 Web 的基石	(33)
3.2.1 HTML 简介	(33)
3.2.2 HTTP 简介	(36)
3.2.3 统一资源定位器(URL)	(36)
3.3 Web 搜索	(36)
3.4 Web 深入	(37)
3.5 利用 Web 进行商务活动	(37)
3.5.1 内部通信和外部通信	(37)
3.5.2 信息管理和分发	(37)
3.5.3 客户服务和技术支持	(39)
3.5.4 展示良好的公众形象	(41)
3.5.5 费用问题	(43)
3.6 利用 Web 进行市场营销	(43)
3.7 公共关系	(44)
3.7.1 产品发布	(44)
3.7.2 公司赞助	(44)
3.7.3 直接销售	(46)
3.7.4 在线定货	(47)
3.7.5 市场营销研究	(47)
3.8 下一章简介	(49)

第四章 WWW 市场营销的开拓	(50)
-----------------------	------

4.1 Internet 和 Web 的用户统计学	(50)
4.2 Web 市场营销——吸引用户	(51)
4.2.1 Web 市场营销层次	(51)
4.2.2 Hotwired	(52)
4.2.3 Time 公司的 Pathfinder	(53)
4.3 增值 Web 站点	(55)
4.3.1 DOWtown Anywhere	(56)
4.3.2 EUnet	(58)
4.3.3 Quadralay Corporation	(58)

4.4 Web 市场营销集成功能	(59)
4.4.1 讨论表	(60)
4.4.2 Usenet 新闻组	(60)
4.4.3 邮件服务器和电子邮件	(61)
4.4.4 Sig 文件	(62)
4.4.5 公告	(62)
4.4.6 问题解答	(62)
4.4.7 FTP 和 Gopher	(62)
4.4.8 Plan 和 Profile 文件	(63)
4.5 Web 服务提供者	(63)
4.6 在 Web 上发布页面	(65)
4.6.1 目录	(65)
4.6.2 搜索引擎登记	(65)
4.6.3 其它通信和访问构造方法	(67)
4.7 Internet 上的广告宣传	(67)
4.8 利用其他媒体提高 Web 站点知名度	(68)
4.9 公司标识和 Web 站点	(69)
4.10 如何评价销售的成功	(69)
4.10.1 投资回报	(70)
4.10.2 市场营销的成功标志	(70)
4.11 下一章简介	(70)
第五章 各地的安全、常规、惯例事项	(71)
5.1 可接受的使用要求	(71)
5.2 Web 上的广告与市场营销的比较	(72)
5.3 安全	(72)
5.3.1 确认和安全交易	(72)
5.3.2 站点安全	(76)
5.4 法律问题	(79)
5.4.1 版权	(79)
5.4.2 商标	(80)
5.4.3 全球化和竞争	(80)
5.4.4 广告	(80)
5.5 保密问题	(80)
5.6 资源	(80)
5.6.1 因特网工程任务组 The Internet Engineering Task Force(IETF)	(81)
5.6.2 商务安全	(81)
5.6.3 The GNN Personal Finance Center	(81)
5.6.4 The Advertising Law Internet 站点	(82)
5.6.5 Usenet 新闻组和讨论表	(82)

5.7 下一章简介	(82)
-----------------	------

第三部分 创建高效 Web 站点

第六章 为 WWW 提供 HTML 文档	(83)
----------------------------	------

6.1 提供简单文档	(83)
6.1.1 给浏览器添加 HTML 特性	(86)
6.1.2 组合格式特性	(92)
6.2 文档的链接	(94)
6.2.1 局域链接	(94)
6.2.2 远程链接	(95)
6.3 添加 HTML 类型和显示特征	(97)
6.3.1 字号和字形	(97)
6.3.2 内嵌图象	(98)
6.3.3 外部图象	(99)
6.4 已完成的主页	(100)
6.5 HTML 的网上资料	(101)
6.6 下一章简介	(104)

第七章 增加 Web 站点的多媒体特性	(105)
---------------------------	-------

7.1 图形	(106)
7.1.1 生成图片和图形文件	(106)
7.1.2 文件处理	(107)
7.1.3 文件转换	(108)
7.1.4 显示时的差异	(108)
7.1.5 创建多媒体链接	(110)
7.2 音频	(111)
7.2.1 创建音频文件	(111)
7.2.2 连续传送声音	(112)
7.3 动画	(112)
7.3.1 电影	(113)
7.3.2 Java/JavaScript	(113)
7.3.3 动画 GIF	(115)
7.4 数据库	(115)
7.4.1 现有的数据库	(116)
7.4.2 提供自己的数据库	(116)
7.5 输入表格	(118)
7.6 边框	(118)
7.7 下一章简介	(120)

第八章 最适合市场营销的主页	(121)
8.1 制作实践	(121)
8.1.1 快速制作	(121)
8.1.2 HTML 初步设计	(121)
8.1.3 编写风格	(123)
8.1.4 文档大小	(123)
8.1.5 图象	(123)
8.2 Web 浏览器间的差异	(124)
8.3 文本和图形用户界面	(125)
8.4 留意页面访问者	(126)
8.4.1 页面跳转和导航	(127)
8.4.2 菜单和树结构	(128)
8.4.3 了解客户要求	(129)
8.5 成功地使用表格	(130)
8.6 利用 HTML 的 META 标记成功进行市场营销	(131)
8.7 成功的商务 Web 站点	(132)
8.8 下一章简介	(133)

第四部分 Internet 商务的在线资源

第九章 有效检索 Web	(134)
9.1 Web 分类目录	(134)
9.1.1 Yahoo	(135)
9.1.2 Galaxy	(135)
9.1.3 Xplore	(136)
9.2 搜索引擎	(136)
9.2.1 布尔搜索	(137)
9.2.2 AltaVista	(138)
9.2.3 Hotbot	(138)
9.2.4 WebCrawler	(140)
9.3 搜索系统	(140)
9.3.1 Search.com	(140)
9.3.2 Savvy Search	(142)
9.3.3 A2Z	(142)
9.3.4 Excite	(142)
9.4 登记注册	(144)
9.5 下一章简介	(144)

第十章 支持 Internet 市场营销的资源 and 站点	(145)
10.1 有价值的 Web 资源	(145)
10.1.1 W3	(145)
10.1.2 Washington and Lee 大学网连接	(150)
10.1.3 Yahoo——一个 WWW 指南	(151)
10.1.4 Electronic Commerce WWW Resource Guide	(153)
10.1.5 Electronic Markets & Electronic Commerce	(153)
10.1.6 CommerceNet	(155)
10.1.7 SBA (Small Business Administration 主页)	(156)
10.1.8 休斯顿大学工商管理学院的黄页	(156)
10.1.9 TradeWave	(159)
10.1.10 Global Network Navigator	(160)
10.1.11 Net. Value	(161)
10.1.12 Tenagra 公司	(162)
10.1.13 Open Market 商务站点索引	(162)
10.1.14 Apollo Directory	(164)
10.1.15 BizNet	(164)
10.1.16 GoldSite Europe	(166)
10.1.17 British Broadcasting Corporation(BBC)	(166)
10.1.18 小型商务帮助中心	(166)
10.1.19 Information Innovation	(167)
10.1.20 Small Business Advancement Center	(168)
10.2 网络广场、产品及销售站点	(168)
10.2.1 BizWeb	(169)
10.2.2 Internet Shopping Network	(171)
10.2.3 Branch Information Services	(172)
10.3 掌握最新动态及资源	(174)
10.4 下一章简介	(175)
第十一章 在网上了解竞争对手	(178)
11.1 广告机构	(178)
11.1.1 adfx—虚拟广告	(178)
11.1.2 Dainamic Consulting	(179)
11.1.3 Dataquest Interactive	(180)
11.1.4 Directrix Advertising	(180)
11.1.5 CyberSight	(181)
11.1.6 Online Ad Agency	(181)
11.1.7 Poppe Tyson Advertising	(181)
11.1.8 Tech Image	(183)

11.1.9	Webvertising	(184)
11.1.10	Werbal:广告机构	(185)
11.1.11	Winkler McManus Advertising	(185)
11.1.12	其他 Internet 广告信息	(187)
11.2	风险投资	(189)
11.3	查找 Web 服务提供商	(190)
11.3.1	Bedrock Information Solutions	(190)
11.3.2	InfoMach Communications, Inc.	(190)
11.3.3	ITRIBE	(192)
11.3.4	Mainsail Marketing	(192)
11.3.5	Teleport	(193)
11.3.6	XOR Networking Engineering/The Internet Plaza	(193)
11.4	查找 Web 服务	(195)
11.4.1	Open Market	(195)
11.4.2	Yahoo	(195)
11.4.3	Leasing a Server Page	(196)
11.4.4	TadeWave Galaxy	(196)
11.4.5	Budget Web	(196)
11.5	下一章简介	(196)
第十二章	Internet 市场营销工具集	(198)
12.1	实时音频和会议	(198)
12.1.1	IPhone	(198)
12.1.2	Netmeeting	(199)
12.1.3	CoolTalk	(199)
12.1.4	Internet Conference	(201)
12.2	电视会议系统	(201)
12.2.1	CU-SeeMe	(201)
12.2.2	其他视频应用程序	(202)
12.3	广播	(203)
12.3.1	RealAudio	(203)
12.3.2	MBONE	(204)
12.4	虚拟世界	(204)
12.4.1	AlphaWorld	(205)
12.4.2	Palace	(205)
12.4.3	Virtual Palace	(207)
12.4.4	Live3D	(208)
12.4.5	PowWow	(208)
12.5	Web 闲谈	(209)
12.5.1	Global Stage Chat	(209)

12.5.2 Chat Server	(209)
12.6 相关站点	(210)
12.7 小结	(211)
附录 A	(212)
A.1 浏览器	(212)
A.1.1 图形用户界面(GUI)浏览器	(212)
A.1.2 文本浏览器	(213)
A.2 访问 Internet	(213)
A.2.1 节点方式	(214)
A.2.2 SLIP 和 PPP	(215)
A.2.3 ISDN(Integrated Services Digital Network)	(215)
A.2.4 外壳或拨号访问	(215)
A.3 与 Internet 连接	(215)
A.3.1 ISDN 连接	(216)
A.3.2 租用专线	(217)
A.4 确定 Internet 服务提供商	(217)
A.5 选择服务类型	(220)
A.5.1 个人用户访问	(220)
A.5.2 根据市场做决策	(221)
A.6 展望	(221)
附录 B 利用浏览器上网	(223)
B.1 Internet 的要点	(223)
B.2 Web 浏览器	(223)
B.3 基于 Windows 环境的 GUI 浏览器对系统的要求	(234)
B.4 如何获取浏览器	(235)
B.4.1 NCSA Mosaic	(235)
B.4.2 Quarterdeck	(235)
B.4.3 Netscape	(236)
B.4.4 Microsoft Internet Explorer	(236)
B.4.5 Cello	(236)
B.4.6 Trumpet Winsock	(236)
B.4.7 SlipKnot	(236)
B.5 其它客户端应用程序	(236)
B.5.1 客户端软件	(236)
B.5.2 基本的 Winsock 集	(238)
附录 C 相关新闻组	(240)
词汇	(250)

引 言

0.1 本书的读者对象

本书是专为商业盈利单位、非盈利性组织及其它团体而编写的。通过本书学习,可以找到利用 World Wide Web 扩大自己的单位的影响,或为自己的产品进行广告宣传和市场营销策划的新途径。书中涉及的内容适用于下面几种情况:

- (1) 不了解 Internet 或对其一无所知、但对企业的现代化进程很有兴趣的商业单位;
- (2) 已经利用了 Internet 的一部分功能,现在还想利用 World Wide Web 进行市场营销策划的商业单位;
- (3) 希望同会员进行更好沟通、与公众进行更广泛接触的非盈利性团体或组织;
- (4) 任何想利用 World Wide Web 实现某种目标的个人。

0.2 Internet ——商务活动的好帮手

无论对个人还是商业单位而言,Internet 正变得越来越友好。过去,Internet 上的商务活动受到严格的限制。现在情况大有改观,不仅能在 Internet 上进行商务活动,而且参与的商业单位也越来越多。

商务访问,以前多数情况下是指商业单位与政府打交道。而现在对任何商业单位而言,商务访问都是简单而易行的,且成本较低。商业单位利用 Web 站点(Internet 上彩色的多媒体界面),可以在全世界范围内提供 24 小时在线服务。规模小的商业站点每月开销不过 10 美元,而业务复杂的站点每月费用亦不过数千美金。

市场营销的另一个重要条件是 Internet 上必须要有大量的用户。没有人知道 Internet 上用户数的确切数字。据估计目前应该有 5 千万用户,到 1998 年将增长到 1 亿。因为 Internet 的用户数以每月 10% 的速度递增,到 1998 年达到这个数字是完全可能的。

0.3 Internet ——界面友好

不久以前,如果要充分利用 Internet 上的资源,人们还必须掌握各种不同的 Internet 系统的规则和命令。这些系统包括:FTP, Archie Gopher, Veronica 和 WAIS。随着 Internet 上 World Wide Web 的迅速增长,已经出现了充当用户和 Internet 之间界面的软件。这种软件就是浏览器(browser)。浏览器提供了唯一的、且容易掌握的方法,以便处理 Internet 上各种各样的系统和资源。

由于很多地方的本地 Internet 访问是免费的,即使收费,费用每月不过 15 美金,因此,在 Internet 上访问 World Wide Web 的数量迅速增加。另外,Internet 访问提供者通过配置通信软件,使得用户同访问提供者及 Internet 的交互使用更容易实现。

0.4 World Wide Web——市场营销的新途径

Web 是 Internet 上的一种系统。该系统允许任何团体或个人的信息 24 小时出现在 Internet 上。当然这种信息是专门编写的文件,并存放在与 Internet 全天连接在计算机上。Internet 上的其它用户可以利用浏览器浏览这些文件。文件中不仅有文字,还有全彩色的图片、视频、声音和交互程序。浏览者利用鼠标在 Web 页面上选择相应的选项。这些选项可以是图片、声音或者屏幕上的表格,并作为响应发送给 Web 页面的所有者(即团体或个人)。

这里列出了利用 World Wide Web 进行市场营销的一些应用:

- (1) 配有文字说明及图片的全彩色的虚拟产品清单,很容易修改;
- (2) 电子订单;
- (3) 在线客户支持系统,系统可包括图象、照片、声音和文本信息;
- (4) 进行全球范围的产品分销,或发布商业信息。所有这些都免去了印刷和邮寄的费用;
- (5) 客户的信息反馈、请求和调查表格,将这些收集的数据保存在文件中,以备随时查询。

0.5 如何用 World Wide Web 进行商务活动

用 Internet 上进行商务活动,其焦点集中在 World Wide Web。从餐桌制造商到跨国大企业,都在 Web 上的电子空间中进行其商务活动。通过 Web 在线服务,越来越多的商务功能及活动已得到开发,这其中包括企业内部和外部的通信、信息管理及发布、公众关系、客户服务、技术支持、开销限制,当然还有营销策略。

什么是 Web 页面?

无论是本书还是 Internet,都有大量的 Web “页面(即 page)”和“主页(即 homepage)”。一个“页面”是通过浏览器显示的一种特殊文档。图 0.1 表示一个“页面”的例子。一个主页是由团体、个人或者商业单位提供的、显示在 World Wide Web 上的首页,通过主页的选项可以找到相对应的内容。

现在,不仅有大量的商业单位和研究机构都利用了 World Wide Web,而且它们之间差别巨大。这里给出了目前 Web 上一些不同领域,不同风格的实例:

Sugarloaf 公司

站点地址: <http://www.sugarloaf.com/>

Sugarloaf 是美国缅因州的一个冬天进行滑雪和夏天进行户外活动的旅游胜地。该地在 World Wide Web 上建有一个很漂亮的站点,从这个站点可以看出商业单位建立生动而有价值的、面向市场的商业性站点是多么重要。该页面(图 0.1)由三部分组成:左侧的一列按钮列出了各类信息的题目;而上半部偏右一行是可以经常变换的照片,这里的三组照片分别是高尔夫球、山地自行车及其它运动的有关信息;页面的主体部分则是有关 Sugarloaf 的新闻、天气和事件信息(都有联机伴音)。这个站点主要是用来进行市场拓展的,而不是直接进行产品销售。



图 0.1 Sugarloaf 的主页

什么是 URL?

每个 Web 站点都有自己的 URL (Uniform Resource Locator, 即统一资源定位器, 是一种 Internet 地址类型), URL 以 <http://> 开始。如果读者不清楚 URL 的话, 不用担心——本书的后续章节将告诉读者如何用长字符串访问 Internet 站点。

Ann Hemyng 的巧克力工厂

站点地址: <http://mmink.com/mmink/dossiers/choconon.html>

Ann Hemyng 巧克力工厂位于美国宾州具有浓郁乡村气息的 Buck 郡。该工厂提供各种各样的巧克力糖果, 还有生产巧克力的模具及工具(包括榔头、扳手、钳子和螺丝刀)。

工厂也可按客户要求生产特定形状的巧克力。客户可以用 800 电话、传真、电子邮件、信函, 甚至直接用在线软件下订单。这是一个典型的小企业利用 Internet 拓展其产品销售的案例。

Dun & Bradstreet 公司

站点地址: <http://www.dnb.com/dbis/dbishome.htm>

一些著名的大型公司把利用 Internet 作为其努力拓展市场不可缺少的组成部分。例如 Dun & Bradstreet 的 Web 站点(图 0.3)就提供了与其商务活动相关的经济信息。联机信息目录包括:

1. 如何进行商务活动;
2. 新闻、观点和趋势;
3. D&B 在全球的分支机构;

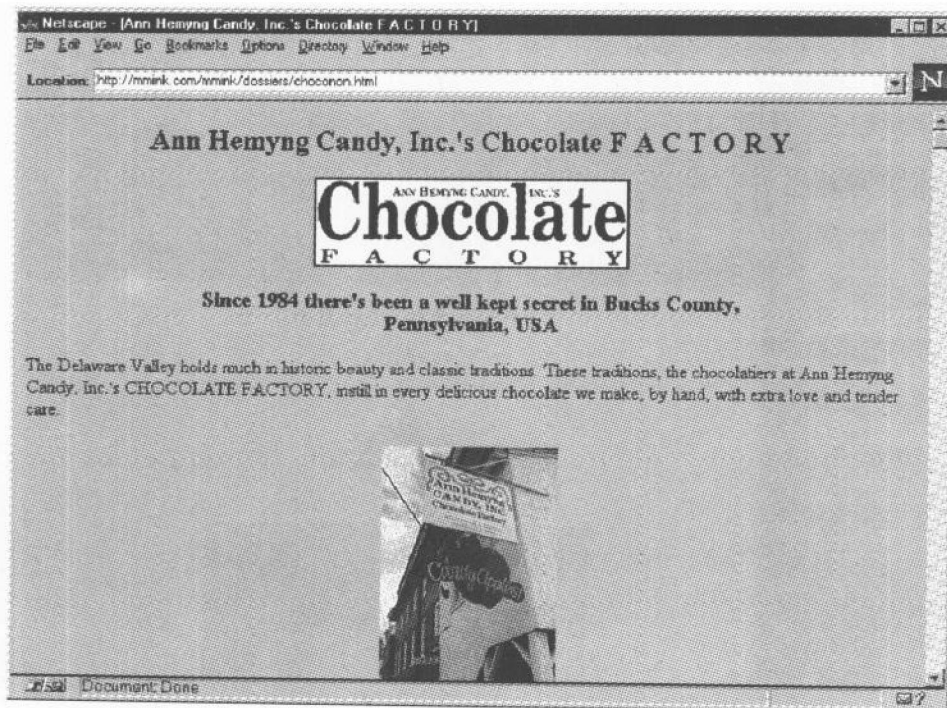


图 0.2 巧克力工厂的主页

4. 产品目录;
5. 联机访问;
- 6.D & B 事件。

Scottso the Clown 公司

站点地址: <http://mmink.cts.com/mmink/dossiers/scottso.html>

即使生意很小, Internet 也很有价值。Scottso the Clown (小丑 Scottso)就是 Internet 上的一个站点(图 0.4)。该站点提供了气球造形、高跷技巧、变戏法和魔术等内容。在南加州, Scottso 利用 Web 页面组织聚会,发布信息和联系方法。

PC Foods 公司

站点地址: <http://www.pcfoods.com/Home.cgi>

Internet 在市场拓展方面的潜能不仅使更多的人知道了非通用产品,而且利用 Internet 可以使日常用品在社区的销售中赢得更多份额。例如,PC Foods 在德克萨斯州的 Austin 通过 Internet 开展杂货店业务,不仅销售,还有送货服务。客户不光用电话或传真给 PC Foods 下订单,还可以用 PC Foods 的在线电子订单。

Real Audio 公司

站点地址: <http://www.realaudio.com>

书籍、软件、照片和数据库都可以通过 Internet 销售并派发,现在音频产品也可以这样。任何数字录音产品都能在 Internet 上发送,象电台的实时声音也能发送。

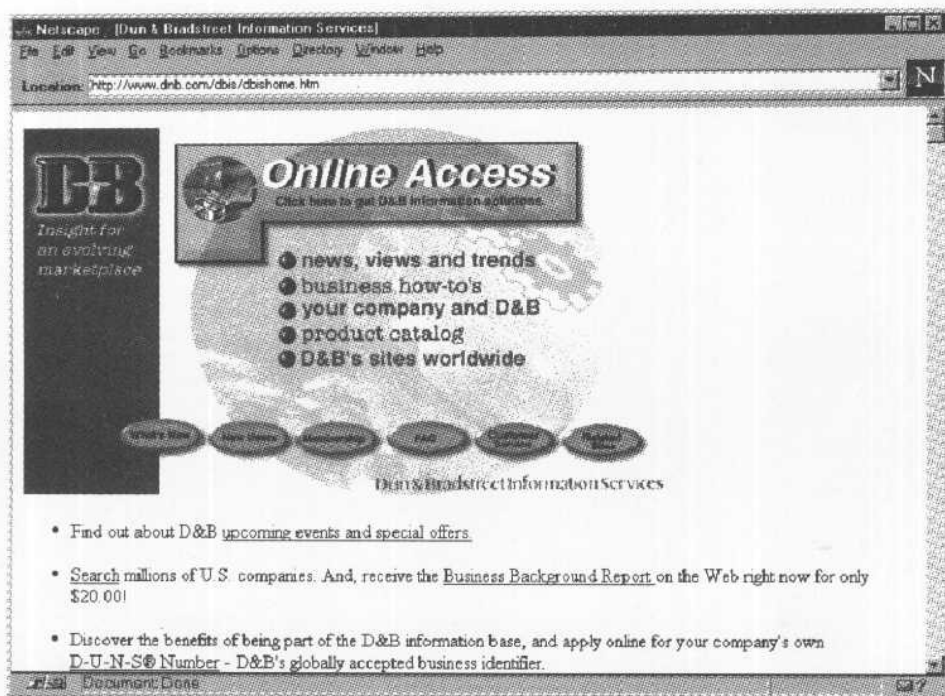


图 0.3 Dun & Bradstreet 信息服务主页

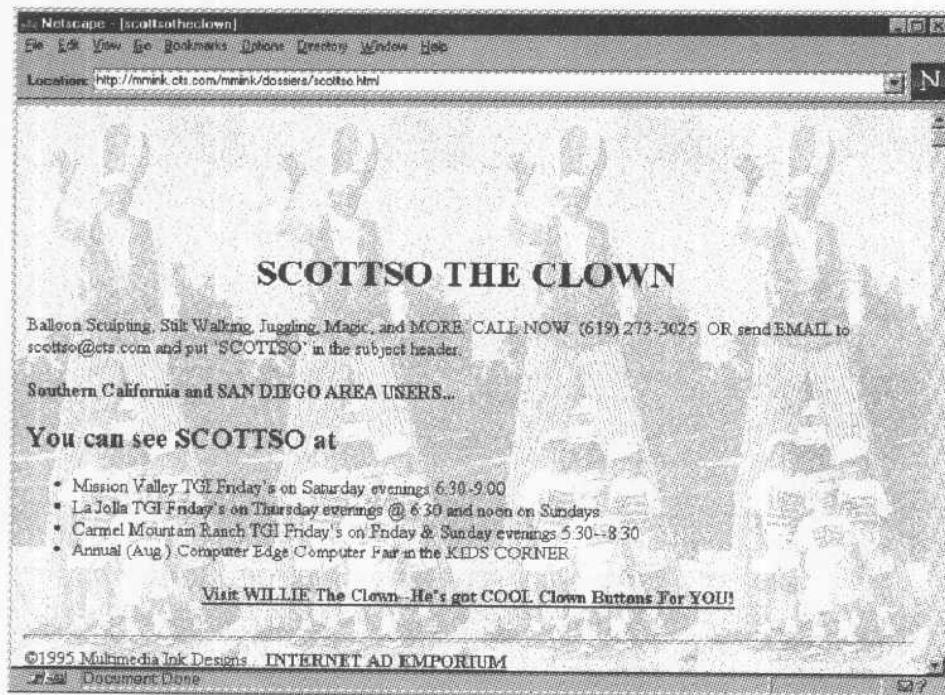


图 0.4 Scottso the Clown 的主页

这使得任何音频产品都能在本地或全球范围进行销售。RealAudio 提供了通过 Internet 发送和接收音频信息的软件,同时还提供了站点供商业单位分发其产品。