

工商時報 經營知識 <守成為盈> 99.5.11 D4版 ERA Taiwan 剪報資料

以往企業常把電子商務（E-Commerce）當做燒錢的行業，看不到效益。好不容易企業們趕流行也架設了網站，卻不知道該如何有效運用，許多僅停留在網路上冷漠地銷售商品。

電子商務是指在網路上販賣商品或提供服務，包括線上購買但離線遞送的服務，也包括那些線上提供的商品或服務。中小企業想國際化賺全世界的錢，想和有實體商店、廣大通路和可觀人力的大企業爭一席之地，電子商務絕對是不二的選擇。

電子商務主要吸引力除了成本降低外，在於高效率、方便性和服務速度快，但阻力在於退貨處理負擔以及運送成本、網路架設、維護，以及升級成本、網路衝突、容易被模仿抄襲、顧客信任與滿意度等問題。

要在網上銷售企業商品的業者，請先思考：1. 商品適合在網上銷售嗎？2. 透過網上銷售的成本

【守成為盈】◎文／葉益成

電子商務成之在人

用對人、給予EC客戶關注，就能看到經營效益。

較低嗎？3. 如果成本沒有較低，那麼是否能接觸到新的客戶群體？

一旦決定在網上銷售以後，才接著思考：1. 透過什麼網上通路的銷售成本最低？2. 透過什麼作業程式可以滿足消費者？3. 透過什麼方式做推廣？

電子商務時代不可阻擋地到來，傳統企業終要與網路結合，方能順應發展潮流。但阻擋電子商務在你企業內發光發亮的最大禁忌是：把電子商務顧客當作是次等客戶，凡事要客戶自助和依賴自動服務。

負責公司網路銷售的人，是要

把公司的產品詳細、專業地介紹給客戶，他得把公司的知名度提高，等於他就是公司的一面旗幟，言談舉止直接反映公司的質量、服務、誠信。

所以說，你的公司網路銷售是否見成效，先找一個有真血淚的人！接著去網路搜尋引擎搜尋一下，你的公司與產品能不能被快速找到？你的網站與虛擬商鋪有沒有隨時更新和維護？有沒有經由電子商務直接達成交易的客戶？如果你一點都不知道，那你非但沒有降低成本，反而是在浪費錢。

經常聽到一些老闆問：為什麼



別人企業電子商務發展得很快，為什麼他們在網路銷售上面取得好成績？有一個關鍵是，老闆，你有沒有用對人！你和你的人員有沒有像對一般客戶般給予關注，畢竟你的交易對象是活生生的感情動物。記得專業又感性地對他們，好嗎？（本文作者為ERA英國穀業企業成本國際顧問集團大中華區總裁）