

# Web 3.0 讓精準營銷美夢成真

作者：微軟在線服務集團銷售總監、上海美思網絡通訊技術有限公司副總裁陳曉

今天的廣告人，想必都不會對「分眾營銷」、「屬性聚合」、「精準營銷」等理念感到陌生。因為我們熟悉的廣告，已逐漸走過了昔日那種將信息面向所有大眾進行「廣告之」的階段，現在任何一家有遠見、有野心、希望能夠有所作為的企業，無不希望他們的廣告信息能夠更加精準地傳達給相應受眾，由此，這些旨在聚合受眾屬性，對其進行詳細分類以提供相應廣告信息、服務或完全以受眾需求為導向，進行個性化、精準化、智能化廣告營銷的理念也就應運而生。這套理念，就是要告訴讀者這一理念。

而當廣告業面臨的最大挑戰，正是如何將這些新理念真正貫徹到實踐中。我認為，互聯網，尤其是融合了Web 3.0概念的互聯網，將是他們因此夢想的最佳平臺。

談到互聯網對於廣告營銷的影響，大多數人的第一反應恐怕就是它對於傳統廣告傳播媒介，如報刊、電視的衝擊。報刊由於內容承載量有限且表現形式較為單一，導致信息海量化、服務多樣化的互聯網，在廣告主心目中的影響力正在消退。微軟去年發佈的未來10大預言之一，就是「報紙將在10

年內消失」，比爾·蓋茨對此也是堅信不疑。  
同樣，對於電視來說，增添了視頻服務的互聯網也是一個可怕的競爭對手。據CNNIC的統計數據：近三年內，目前中國國內1.62億網民人均每週上網時間已經增至18.6個小時，他們上網的高峯時段，正是每天晚上的20:00-21:00，這也是傳統意義上電視收視的黃金時段。而且這些網民還覆蓋了國內70%的富裕階層，並影響了其他80%的大眾的生活和消費傾向。此外，他們還具備了更高的成長性、活躍性和市場消費意識，以及更強的開放和包容心態，在廣告主眼中，他們是絕對意義上的金礦！

或許有人認為互聯網之所以能獲得廣告主的青睞，就是源於它吸引了數量和「錢」力巨大的民眾。但事實上，互聯網的價值遠不止於此，它還是實現廣告分眾、營銷及精準營銷最為合適的媒體平臺。畢竟，如今廣告主都希望「花小錢、辦大事」，以合理的成本換取最大的廣告宣傳效果。這就需要他們盡可能找到對自己廣告信息感興趣的目標受眾，瞭解他們的需求，並利用他們的力進行進一步擴大廣告信息的影響力。

對於這些全新的廣告營銷模式，只能一廂情願、被動地傳播廣告、缺乏針對性、無法快速獲取受眾需求的報刊和電視媒體已難當重任。儘管有些廣告商推出了一些分眾化廣告營銷服務，如在某些高級酒店和寫字樓內利用掛壁電視播放一些白領和高收入人群可能感興趣的廣告，但這種做法還不是最理想的和極致的，因為它仍未準確把握受眾屬性和需求，只是根據其大致的職業或收入等情況做了一個較為粗略的分類，與真正聚合他們的信息，對他們進行細分，甚至為每一個受眾提供個性化、精準化營銷服務的目標還有不小的差距。從目前我們已接觸的媒介來看，只有具備強交互性、可即時收集、準確定位用戶信息的互聯網具備這些能力。

雖然互聯網對於實現廣告分眾營銷和精準營銷有著其他媒介無法比擬的先天優勢，但這些優勢目前並沒有得到充分發掘和利用。從Web頁面上出現廣告至今，互聯網廣告營銷已經經歷了三個階段。在第一階段，它主要依賴於傳統的資訊門戶網站，其模式與傳統媒體廣告營銷區別不大，主要是進行廣告排期、創意製作，或開設迷你活動網站；第二階段的互聯網廣告則利用了大量技術手段，追求形式上的誇張和瘋狂，以追求高點擊率和高眼球吸引力；在目前正處於進行中的第三階段，互聯網廣告營銷開始融入了網絡搜索、個人空間與博客等Web 2.0元素，形成互聯網對受眾、受眾對受眾、受眾對互聯網的多邊互動傳播體系，不但

讓受眾的需求與廣告信息實現了聚合與對接，還讓他們化身成廣告傳播的一個元素和信息節點，以實現人際傳播的放大效應。  
Web 2.0時代的互聯網廣告營銷，其實已走入了分眾營銷的時代。它不但更具針對性，而且還引發了廣告主與受眾之間的交互——不僅是廣告在爭奪受眾的注意力，更有受眾借廣告主的舞臺來爭奪其他受眾對自己的注意力。

在分眾營銷之後，互聯網廣告營銷的下一個目標就是實現精準廣告，而這需要互聯網「進化」到Web 3.0時代。人們要理解Web 3.0，就需要看這幾年來網絡營銷的兩個趨勢：一是從用戶的一個需求點上開始，力圖在一個平臺上聚合所有的互聯網服務，但這種做法僅僅能增加流量和增強用戶黏性；二是在用戶特定的需求點上進行深度挖掘，力求縱深發展，不過這種深度挖掘是按業務領域進行細分，沒有按照受眾的特點進行細分，信息依然散亂，受眾的訪問效率依然不高。

不同於以上兩種趨勢，我認為真正Web 3.0時代的互聯網不僅僅要按照用戶需求提供綜合化服務，更要提供針對用戶偏好的個性化聚合服務。  
它的主要元素包括：  
可列出搜索內容、個人偏好及背景鏈接，查找結果更為精準的網絡搜索服務；可根據受眾關注習慣

及使用偏好自動聚合相關信息，讓其深入制定個性化頁面的「門戶網站」，可針對受眾提交的需求信息，迅速提供聚合的有效解決方案的個性化顧問服務等。它們將顛覆網民與受眾尋找信息的傳統方式，並使模式相同的綜合化門戶不復存在。而且Web 3.0時代互聯網的評價標準也不再是流量、點擊率，而是信息、服務的到達率 and 用戶價值。

由於在Web 3.0時代，互聯網的信息將被高度聚合、受眾也被深度細分 and 聚合，互聯網廣告的精準營銷也就不再是夢想。  
屆時，廣告主可精準鎖定自己的目標受眾，他們發布的信息將完全按照受眾的需求和關注點進行個性化定制，低效的強制性硬廣告將淡出市場；他們還可瞭解每個受眾的網絡行為軌跡，歸納不同的細分群體，通過個人式營銷傳遞信息，基於受眾的數據庫營銷也將成為趨勢。

作為網絡廣告分眾營銷、精準營銷的倡導者及先行者，微軟在線服務集團正在著手推動旗下互聯網業務向Web 3.0時代邁進。我們不但與分眾無線合作推出了手機版MSN，讓它能夠「貼身」收集用戶的需求信息，還在著力將MSN門戶網站、個人空間、Hotmail、Messenger等資源整合起來，為受眾提供個性化的資訊和服務。友好、易用、高效的界面和訪問體驗。我們也期待著與互聯網業和廣告業同行攜手共進，結合彼此的資源，發揮各自的優勢，一起「試水」這些全新的廣告營銷模式。

譯自：CNETNews.com.cn  
作者：陳曉

我們將會看到有顧客幫助撰寫企業通訊，網站訂閱(Feed)成為行業博客、媒體(聲網和視頻)用戶就他們希望改進的功能進行打分、評級和投票，產品團隊和顧客一起即時溝通，而顧客之間則能彼此幫助。  
譯者注：  
(未來的企業網站將成為有企業自身和社區成員共同貢獻內容的各種觀點和事實的可靠資訊。結果呢？它將成為一個消費者首選的真正的社區資訊平臺——在其上，資訊自由流動，並促成更好的產品和服務。)  
顧客將把企業網站當作獲取資訊

率的首選之地；信任度會得到提升；借著即時的顧客反饋，公司將能提供更好的產品和服務；更重要的是，網站將成為一個社區資訊中心，這樣顧客的需求就能得到更快的滿足。  
譯者注：  
我們將會看到有顧客幫助撰寫企業通訊，網站訂閱(Feed)成為行業博客、媒體(聲網和視頻)用戶就他們希望改進的功能進行打分、評級和投票，產品團隊和顧客一起即時溝通，而顧客之間則能彼此幫助。  
譯者注：  
(未來的企業網站將成為有企業自身和社區成員共同貢獻內容的各種觀點和事實的可靠資訊。結果呢？它將成為一個消費者首選的真正的社區資訊平臺——在其上，資訊自由流動，並促成更好的產品和服務。)  
顧客將把企業網站當作獲取資訊

率的首選之地；信任度會得到提升；借著即時的顧客反饋，公司將能提供更好的產品和服務；更重要的是，網站將成為一個社區資訊中心，這樣顧客的需求就能得到更快的滿足。  
譯者注：  
我們將會看到有顧客幫助撰寫企業通訊，網站訂閱(Feed)成為行業博客、媒體(聲網和視頻)用戶就他們希望改進的功能進行打分、評級和投票，產品團隊和顧客一起即時溝通，而顧客之間則能彼此幫助。  
譯者注：  
(未來的企業網站將成為有企業自身和社區成員共同貢獻內容的各種觀點和事實的可靠資訊。結果呢？它將成為一個消費者首選的真正的社區資訊平臺——在其上，資訊自由流動，並促成更好的產品和服務。)  
顧客將把企業網站當作獲取資訊

率的首選之地；信任度會得到提升；借著即時的顧客反饋，公司將能提供更好的產品和服務；更重要的是，網站將成為一個社區資訊中心，這樣顧客的需求就能得到更快的滿足。  
譯者注：  
我們將會看到有顧客幫助撰寫企業通訊，網站訂閱(Feed)成為行業博客、媒體(聲網和視頻)用戶就他們希望改進的功能進行打分、評級和投票，產品團隊和顧客一起即時溝通，而顧客之間則能彼此幫助。  
譯者注：  
(未來的企業網站將成為有企業自身和社區成員共同貢獻內容的各種觀點和事實的可靠資訊。結果呢？它將成為一個消費者首選的真正的社區資訊平臺——在其上，資訊自由流動，並促成更好的產品和服務。)  
顧客將把企業網站當作獲取資訊

## 網路策略

傳統網路營銷亟待變革，這篇文章的目的就是要拉開下一代網路營銷的序幕。

什麼是企業網站？  
它是企業的互聯網域名。借著它，你可以獲得更多的相關資訊。一般被表示為某某公司.com。

但我們都厭倦了被營銷論調包裝起來的企業網站，印有聰明年輕人或是少數族裔婦女擠在電腦旁與高深莫測地談論公司產品的商業圖片、光說好話的散文、虛偽的顧客證詞、一排高級主管的照片、公司救災捐款的紀錄。總之，這些一邊倒的東西沒完沒了。

也許網站的訪問量會有所增長，但這並不足以表明它們是如何應用它們的。分析資料沒告訴我們人們訪問網站的原因，而這些原因也可能不如我們所期待的那樣。(企業網站是一堆令人難以置信

# 如何變革平庸的企業網站

信的誇誇其談，做作的品牌宣傳，以及有利於企業自身的內容集合體。)

為什麼企業網站與消費者不相干？  
營銷場所發生了轉移，它不再局限於企業網站的名稱，許多的網路營銷者仍舊認為營銷戰只在Google搜索結果頁面內和企業網站兩處上演。而事實上，營銷已經散佈到了有對話發生的許多地方：社交網路、點評網站、聊天室，甚至於博客。我專門一篇帖子談論為什麼營銷不再限於域名。

消費者在訪問企業網站前就作出了購買決定。昨天，我和一個大學生一起吃午餐。她告訴我，她的同齡人總是在瀏覽消費者點評網站或者徵求朋友意見後決定要買什麼。他們通常使用IM(即時通訊軟體)、Facebook或者其他社交網路；但很少會直接輸入域名來訪問

企業網站。如果說這些都是真的，那麼我們可以假定在訪問企業網站以獲得實際資訊前，潛在消費者通常已經靠其他網站作出了購買決定。

產品資訊從法律上說，企業必須披露產品資訊，而這也是企業網站的主要用途之一。不過在我現這個Y一代(Generation Y)的雜誌談話中，她接著告訴我，她用企業網站來獲取產品的核心資訊和報價，不過通常發生在她聽取朋友訪問企業網站後的反饋並由此作出決定以後。

在將來，如何才能使企業網站與消費者相干？  
和顧客一起創建網站這是一種顛覆性的舉動，不過我預計未來最相干的網站必定是由顧客和企業員工一道建立的。最有效的網站將包含協調產品團隊和顧客(即使他們對產品可能心存疑慮)兩方而成

的觀點。  
發佈未經過濾的顧客證詞，企業不再是網站內容的唯一發佈方，顧客、潛在顧客和其他的網路社群成員將能夠直接在企業網站上發佈內容。

當然，網站方面會要對內容進行一定的管制，以確保資訊屬實並能引起興趣。不過，很顯然在將來，當資訊傳播將不再是企業網站唯一的聲音。  
容許正面和負面的產品評價並存在，這一條旨在讓人難以下嘴，企業又該如何建立最高的顧客信任度呢？那就是要做到面向市場的公開、屬實、透明。從調查中我們得知，最高的信任度往往來自那些「和自己相似的人」，而一個精明的營銷者必定會讓顧客與同齡人、顧客和市場的內容出現在網站上。

這些內容往往並不是表達對某個產品的熱愛，事實上它可能是直

接的批評。其意圖何在？企業所要做做的就是聽取這樣的反饋，並公開說明將如何改進產品質量。

使網站成為一個社區資訊中心這就意味着企業會把顧客放在首位。企業不僅會對自身產品進行分析，也會涉及競爭對手的。  
因此，企業網站上將擁有競爭對手的網站鏈結。啊，是不是瘋了？在先前做社區經理的時候，我會這麼幹過。我為顧客建了一個能鏈到競爭對手網站的維基，它確實讓我們的網站和消費者的需求更相關。

我們將會看到有顧客幫助撰寫企業通訊，網站訂閱(Feed)成為行業博客、媒體(聲網和視頻)用戶就他們希望改進的功能進行打分、評級和投票，產品團隊和顧客一起即時溝通，而顧客之間則能彼此幫助。  
譯者注：  
(未來的企業網站將成為有企業自身和社區成員共同貢獻內容的各種觀點和事實的可靠資訊。結果呢？它將成為一個消費者首選的真正的社區資訊平臺——在其上，資訊自由流動，並促成更好的產品和服務。)  
顧客將把企業網站當作獲取資訊

我們將會看到有顧客幫助撰寫企業通訊，網站訂閱(Feed)成為行業博客、媒體(聲網和視頻)用戶就他們希望改進的功能進行打分、評級和投票，產品團隊和顧客一起即時溝通，而顧客之間則能彼此幫助。  
譯者注：  
(未來的企業網站將成為有企業自身和社區成員共同貢獻內容的各種觀點和事實的可靠資訊。結果呢？它將成為一個消費者首選的真正的社區資訊平臺——在其上，資訊自由流動，並促成更好的產品和服務。)  
顧客將把企業網站當作獲取資訊

我們將會看到有顧客幫助撰寫企業通訊，網站訂閱(Feed)成為行業博客、媒體(聲網和視頻)用戶就他們希望改進的功能進行打分、評級和投票，產品團隊和顧客一起即時溝通，而顧客之間則能彼此幫助。  
譯者注：  
(未來的企業網站將成為有企業自身和社區成員共同貢獻內容的各種觀點和事實的可靠資訊。結果呢？它將成為一個消費者首選的真正的社區資訊平臺——在其上，資訊自由流動，並促成更好的產品和服務。)  
顧客將把企業網站當作獲取資訊

我們將會看到有顧客幫助撰寫企業通訊，網站訂閱(Feed)成為行業博客、媒體(聲網和視頻)用戶就他們希望改進的功能進行打分、評級和投票，產品團隊和顧客一起即時溝通，而顧客之間則能彼此幫助。  
譯者注：  
(未來的企業網站將成為有企業自身和社區成員共同貢獻內容的各種觀點和事實的可靠資訊。結果呢？它將成為一個消費者首選的真正的社區資訊平臺——在其上，資訊自由流動，並促成更好的產品和服務。)  
顧客將把企業網站當作獲取資訊

我們將會看到有顧客幫助撰寫企業通訊，網站訂閱(Feed)成為行業博客、媒體(聲網和視頻)用戶就他們希望改進的功能進行打分、評級和投票，產品團隊和顧客一起即時溝通，而顧客之間則能彼此幫助。  
譯者注：  
(未來的企業網站將成為有企業自身和社區成員共同貢獻內容的各種觀點和事實的可靠資訊。結果呢？它將成為一個消費者首選的真正的社區資訊平臺——在其上，資訊自由流動，並促成更好的產品和服務。)  
顧客將把企業網站當作獲取資訊

我們將會看到有顧客幫助撰寫企業通訊，網站訂閱(Feed)成為行業博客、媒體(聲網和視頻)用戶就他們希望改進的功能進行打分、評級和投票，產品團隊和顧客一起即時溝通，而顧客之間則能彼此幫助。  
譯者注：  
(未來的企業網站將成為有企業自身和社區成員共同貢獻內容的各種觀點和事實的可靠資訊。結果呢？它將成為一個消費者首選的真正的社區資訊平臺——在其上，資訊自由流動，並促成更好的產品和服務。)  
顧客將把企業網站當作獲取資訊

我們將會看到有顧客幫助撰寫企業通訊，網站訂閱(Feed)成為行業博客、媒體(聲網和視頻)用戶就他們希望改進的功能進行打分、評級和投票，產品團隊和顧客一起即時溝通，而顧客之間則能彼此幫助。  
譯者注：  
(未來的企業網站將成為有企業自身和社區成員共同貢獻內容的各種觀點和事實的可靠資訊。結果呢？它將成為一個消費者首選的真正的社區資訊平臺——在其上，資訊自由流動，並促成更好的產品和服務。)  
顧客將把企業網站當作獲取資訊

我們將會看到有顧客幫助撰寫企業通訊，網站訂閱(Feed)成為行業博客、媒體(聲網和視頻)用戶就他們希望改進的功能進行打分、評級和投票，產品團隊和顧客一起即時溝通，而顧客之間則能彼此幫助。  
譯者注：  
(未來的企業網站將成為有企業自身和社區成員共同貢獻內容的各種觀點和事實的可靠資訊。結果呢？它將成為一個消費者首選的真正的社區資訊平臺——在其上，資訊自由流動，並促成更好的產品和服務。)  
顧客將把企業網站當作獲取資訊

**中華之聲-廣播公司**  
Chinese Broadcasting Inc.

3000 W. Valley Blvd., Alhambra, CA 91803  
626-289-0001 www.CBinCA.com

「中華之聲」創辦於1984年春天，當時為華僑社會第一家全天候二十四小時中文廣播電台。由於「中華之聲」的成立，枯寂多時的洛杉磯華僑界立刻似久逢甘雨，活絡了起來。聽不懂英文的廣大第一代華人，從中華之聲多元化製作方針下，獲得了新聞、娛樂、社教、法律、醫藥、旅遊、戲劇、音樂等等各種資訊與知識，24年來聽眾人數不斷上升，聽眾群對中華之聲之愛護，幾乎到了離不開的程度。至今，任何時間收聽「中華之聲」者，都在10萬人次以上。

「中華之聲」的發射塔，坐落在威而遜山之山頂，與CBS等發射台在同一地區，天氣晴朗時，你可從任何聖蓋區的一個立足點，向帕薩德納城方向望過去，矗立在山尖，為您二十四小時不眠不休地服務呢！

從發射台為中心點，畫一個一百二十英里的半徑，就是「中華之聲」的播音範圍，除沿海各城市外，西南可達河邊市，聖地牙哥市，西北可達千橡樹，溫吐納市各地。

「中華之聲」各個節目主持人，均是經驗豐富，知名度甚高的專業人士，無論是新聞報導還是綜藝娛樂節目自有專精講座等等，都是分受聽眾歡迎與喜愛，尤其是晚間的「空中交談」節目，由於備置時事、政治、歷史等，主持人全是教授級人士，更為聽眾肯定與佩服。

由於「中華之聲」已有二十四年歷史，所以聽眾群廣泛而固定，散佈於大洛杉磯區域各城鎮。在這樣雄厚的基礎之下，2008年「中華之聲」迎來了新的領導班子，對經營廣播媒體也頗有自信與經驗。準備在新的一年，製作出更高質量，更大價值的節目來回饋「中華之聲」的廣大聽眾一直以來的支持。

24年來本服務僑界為目標，不斷提高節目質量，不斷更新節目內容，得到了廣大僑胞的擁護。為了更好的服務所有華人，「中華之聲」在新的一年裏將會增加更多類型的節目，也會不斷請各界知名人士進行專題講座，希望你們的關注。

所有將會更新的節目都會刊登在《中華商報》上，歡迎大家參閱。

《中華之聲》一專用收音機在各市的《世界書局》和《長青書局》都有待售。

《中華之聲》廣播公司聘請經驗豐富業務員：請將個人簡歷傳真至 (626) 289-0438

《中華之聲》廣播公司 電話：(626)289-0001

「中華神筆」  
「世界書畫大師」  
**石翔賀新春書畫展**

石翔大師將現場表演多幅畫作  
現場表演小提琴、鋼琴、中國變臉

2008年元月13日，被世界藝術家聯合會授予「世界當代書畫大師」稱號  
2008年2月23日~2月24日(週六~週日)  
詳情請洽: 626-280-1566 開放時間: 10:00 am - 6:00 pm  
地址: Hilton Pasadena 希爾頓酒店 168 S. Los Robles Ave., Pasadena, CA 91101  
門票代售地點: 長青書局 福斯文化圖書公司 世界書局 三聯書店 吳興記書局 天宮旅遊 金石書畫局  
本次活動由邦保律師事務所及天行國際文化藝術傳播有限公司共同舉辦

**中華商報** 訂報單 Oder Form  
CHINESE BIZ NEWS

姓名(中文): \_\_\_\_\_ Name(English): \_\_\_\_\_  
寄報地址(Mail Address): \_\_\_\_\_  
電話(Tel): \_\_\_\_\_ 傳真(Fax): \_\_\_\_\_  
訂閱:  半年 \$38,  全年 \$50,  兩年 \$80.  
支票抬頭請寫(Make check to): **Chinese Biz News**  
10501 Valley Blvd., #1199, El Monte, CA 91731  
Tel: 626-618-0518 Fax: 626-213-3705  
我們接受信用卡(We Accept Credit Card)