網路書店的行銷策略品質

台灣近年來由於網際網路的蓬勃發展，電腦與通訊網路的整合，全球化市場趨勢的來臨與區域性的結合，使得產業所面臨的環境產生變化，電子商務應用逐漸浮現與受重視。而目前網路上所販售的商品通常具有輕薄短小、高時效性、高思密性、耐碰撞等特點，以便於存放及運送，而書籍正好符合以上幾種特點，所以網路書店因應而生。希望能透過現有的理論架構與文獻報告，配合實務觀察，希望能了解因資訊科技發展所帶動網路書店應用行銷策略之發展趨勢及變化型態，對企業發展電子商務行銷與進行行銷策略規劃時能有所幫助。透過電子商務、網路書店行銷策略、系統理論的介紹，再加上博客來網路書店、亞馬遜網路書店、邦諾網站等實際經營情形做結合印證，來了解網路書店市場目前的現狀及競爭程度。當然網路書店有他的限制與障礙，本研究希望能從實例的印證中找出目前網路書店的瓶頸，並且能給予建議突破難關。最後再加上CRM(顧客關係管理)的經營策略，以加強整體網路書店行銷策略的完整性。