

基于新媒体信息平台的营销管理应用分析

杨思纯

安徽财经大学, 中国·安徽 蚌埠 233000

【摘要】在新时期时代背景的影响下,随着新媒体信息平台建设项目的落实,已经成为社会在发展阶段的主流形式。在企业的发展过程中,需要将先进新媒体技术作为主要依托,进而形成庞大的网络客户群体。在打造新营销管理应用模式的过程中,发挥新媒体信息平台的辅助作用,既能够帮助企业拓展业务,还能够维护优良的客户关系。在企业品牌的创新过程中,为其品牌推广提供平台支持,可以帮助企业实现经济效益最大化发展目标。

【关键词】企业发展; 营销管理; 新媒体信息; 平台应用

Application Analysis of Marketing Management Based on New Media Information Platform

Yang Sichun

Anhui University of Finance and Economics Bengbu 233000, China.

[Abstract] Under the influence of the new era background, with the implementation of the new media information platform construction project, it has become the mainstream form of society in the development stage. In the process of enterprise construction and development, advanced new media technology needs to be taken as the main support to form a huge network customer group. In the process of building a new marketing management application model, playing the auxiliary role of the new media information platform can not only help enterprises expand their business, but also maintain excellent customer relations. In the process of enterprise brand innovation, providing platform support for its brand promotion can help enterprises achieve the goal of maximizing economic benefits.

[Keywords] Enterprise development; Marketing management; New media information; Platform application

引言

在互联网时代背景影响下,随着企业营销管理工作的持续落实,在打造新媒体信息平台的过程中,能够为企业提供所需的资源,确保客户渠道的丰富性与多样性,发挥出平台自给、自足等作用,为企业的发展,提供了广阔的市场前景。

1 企业营销管理中应用新媒体信息平台的相关优势

在新媒体信息平台的运行过程中,主要是依靠定性的方式,针对市场情况进行分析,并采用定量的形式,使其深入到市场当中,针对目标消费者,促进调研工作的开展。结合最终的研究结果,帮助企业制定更加完善的营销战略。

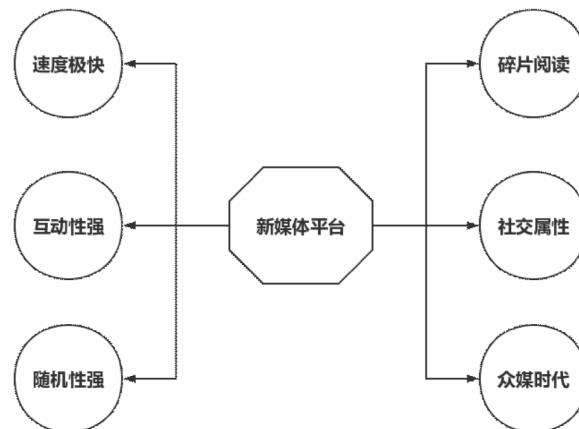
在使用新媒体信息平台时,能够针对多种营销手段进行整合,随着企业产品的不断推广,能够在市场环境当中,实现多个营销发展目标。对于新媒体信息平台的使用,属于以无线网络为主的经营手段,所形成的方案形式多种多样。

例如:信息回复、流媒体、信息回执等等,能够加强企业与客户之间的联系,打破时间与空间方面的局限性,进而实现远程沟通、交流等目标。

1.1 便捷移动交互特性,服务具有便利特性

在新媒体信息平台的运行过程中,通常需要借助智能终端的形式,满足客户的交流需求。在信息的反馈过程中,形成高效化的反馈过程。随着相关信息的快速反馈,可以全面优化客户的平台使用体验感,使用户在该类平台的使用过程中,有着更强的倾向性,有利于提高产品的本身价值。

在使用新媒体信息平台的过程中,能够打破时间、空间等方面的约束,客户在购物交易的过程中,可以采用随时、随地的形式,实现移动购物交易等目标。客户可以在手机APP中,完成账单支付这一操作。在新媒体信息平台的运行阶段,可以优化用户的网上服务体验。



1.2 具有个性化服务定制优势

在新媒体信息平台营销过程中,对于企业所提供的定制化服务,凸显出了独立性和个性化的特点。例如:商家可以借助GPS定位的形式,明确客户在目前所在的地理位置。结合客户的购物网站浏览记录,在全方位的分析过程中,针对关键信息进行记录,进而锁定客户的主要喜好。

商家在调取个性化信息的过程中,可以在发送信息时,确保信息内容的针对性,在最大程度上,保障信息迎合客户的需求。在倾向客户需要的情况下,充分吸引客户的注意力,进而引发客户的消费行为。

1.3 为商家企业带来更多反馈响应

在新媒体信息平台的使用过程中,具有较强的互动性,在产品的全生产营销流程当中,可以为客户提供间接参与机会。

由于客户消费者在购买产品时, 会第一时间进入新媒体信息平台中, 对该类产品信息做出相应的反馈。

对于有效的反馈意见, 则会被商家提取、收集并运用, 以为商家产品改进环节, 提供了充足的参考依据, 形成了快速的产品改进模式。通过打造更加优质的产品, 可以在客户消费者购买产品之后, 为其提供优良的服务体验。

1.4 节约大量信息传输成本

结合传统形式的企业营销模式予以分析, 在信息的传输过程中, 所需要花费的成本相对较多。但在新媒体信息平台的使用阶段, 并不需要过多的投入成本。对于新媒体信息平台的传播过程, 具有高效化和低成本的作用, 既能够帮助商家减少店面租金, 还可以有效减轻库存方面的压力。在消费者的交易过程中, 对于新媒体信息平台的使用, 能够节省时间成本和交易成本, 所以在操作阶段具有便利性^[1]。

2 营销管理过程中对于新媒体信息平台的相关应用

在使用新媒体信息平台的过程中, 通过扩大用户的总体数量, 能够帮助企业加强知名度。在平台每天的运行过程中, 促进交易流水随之提升, 并且获得较高的交易数量, 能够保障该类营销管理方式的创新性和实用性, 与传统形式的产品营销管理模式之间, 逐渐呈现出了本质区别^[2]。

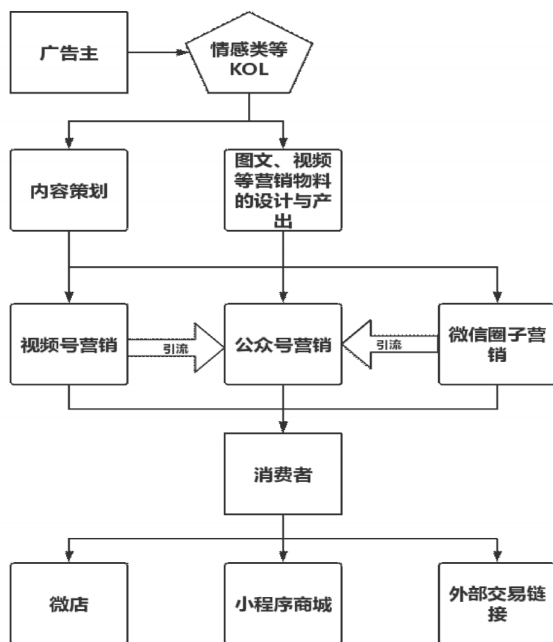


图2 某企业新媒体信息平台营销管理流程

2.1 策划营销活动

在新媒体平台的运行过程中, 由于商家的类型各不相同, 可以根据商家的特性, 对其进行合理分类。例如: 在针对商家进行分类时, 由新媒体信息平台自主分析, 所形成的商家类型有以下几种。如: 新上架、热搜索、高信誉等等。

在制定营销活动的过程中, 需要根据商家的分类或者特性, 打造各不相同的活动形式, 确保营销活动类型的差异性。结合商家的实际情况, 帮助商家拓展实际的销售空间, 使商家能够获得更多的客户群体。

对于特定形式的用户群体, 所打造的优惠政策, 应具有差异化的特性。例如: 白金用户、钻石用户等等。在制定优惠政策时, 应结合用户的实际情况, 确保政策内容的针对性、可行性和差异性, 确保能够给予用户最大优惠, 以此来保障客源的稳定性。

2.2 服务内容多样性

在新媒体商品的传播过程中, 逐渐形成了独特的渠道, 且总体的传播方式具有独特性质, 所形成的传播形式多种多样。在新媒体信息平台的运行阶段, 针对企业实际所需要销售的产品, 在展示产品信息的过程中, 可以将其制作成文字、图片或者视频等多种形式, 以全方位、全角度的形式, 充分介绍产品的基本信息。

在使用新媒体信息平台时, 可以根据相关目标用户, 结合用户在当天所搜索到的关键词, 采用自动化的形式, 及时向用户推荐有关产品信息。从商家层面入手予以分析可以看出, 在新媒体信息平台的运行阶段, 采用群发推送或者粉丝推荐的形式, 能够为商品信息的传播提供便利, 形成广泛的信息传播形式, 为企业产品营销量的提升奠定基础。

2.3 拓展营销推送和传播渠道

对于部分创业者, 或者在客户与商家进行沟通的过程中, 突出了新媒体信息平台运行的必要性, 应对双方的关系予以充分维护, 使用户与平台之间, 能够建立优良关系体系, 所形成的空间质量优良, 虽然具有复杂性, 但应保障空间设置的合理性。

在新媒体信息平台当中, 既要提供优质的商家, 还应保障信息传播渠道的广阔性, 为商家提供大量的客户资源。所以, 需要针对营销推送渠道予以拓展, 保障传播渠道的广泛性。

例如: 自带营销推送功能。在新媒体信息平台的建设过程中, 若具有创业方面的需求, 其中需要自带营销推送等基本功能。在商家推广商品时, 使商品的知名度随之得到增加。通过加强对于新媒体信息平台的管理, 对于平台中的主要管理人员, 可以采用自动化的形式, 结合用户的基本信息, 对其进行精准识别, 并保障用户分类的合理性。

在开通分析、互动等平台功能的过程中, 可以结合商家的产品信息, 为其提供更加优良的商品展示渠道, 保障推广方法的实用性和可行性。在开通强制性推送服务时, 使该类商品信息, 能够直接被推荐给平台用户。对于具有该类服务需求的商家, 可以对其收取一定的费用, 结合不同的商品类型, 在对其进行分类之后, 从页面入手开通单独形式的页面, 使用户在点击该类页面信息之后, 能够直接获取不同类型的热销商品信息^[3]。

2.4 服务反馈

对于部分网购平台的发展, 如淘宝等, 其中的每一个商家, 都能够在新媒体信息平台当中, 针对销售产品的点击量进行查看, 并获得浏览量、销售量等不同的信息。

商家可以根据实际所查询到的信息数据, 在制定营销策略的过程中, 适当地对其做出相应的调整, 确保营销策略的针对性与实效性。用户在新媒体信息平台中, 可以在获取商品基本信息的过程中, 结合商品的月销售数量等信息展示, 综合考虑商品的质量评价展示信息, 进而决定是否是否需要购买该类商品。

鉴于此, 在新媒体信息平台的建设与运行过程中, 能够借助平台优势, 面向商家或者创业者等主体, 为其提供相应的服务反馈。

3 结束语

在企业营销管理工作的实施过程中, 结合新媒体信息平台的应用情况, 打造线上营销管理服务模式。针对其应用规划进行优化并完善, 能够制定可行的服务项目, 突出新媒体信息平台的功能优势, 为企业的发展提供助力支持。在宣传并推广新媒体信息平台的过程中, 促进企业营销管理工作顺利展开, 使该项平台利用率随之提升, 有助于加快企业的现代化发展进程, 可以帮助企业实现长远、持续等发展目标。

参考文献:

- [1] 谢忠祥. 新媒体趋势下企业微营销策略研究[D]. 中国海洋大学, 2021.
- [2] 贾士娥. 浅谈新媒体营销之创新[J]. 全国商情, 2021, (48): 1-3.
- [3] 尹一丁. 新营销时代的新媒体战略[J]. 清华管理评论, 2022, (05): 9-10.