

自媒体在互联网金融中的传播应用

黎正¹ 雷帝² 于伟强³ 杨多叶³ 汤秀梅⁴

1. 华东交通大学, 中国·江西 南昌 330013; 2. 福建师范大学, 中国·福建 福州 350117
3. 山西传媒学院, 中国·山西 晋中 030619; 4. 福建警察学院, 中国·福建 福州 350007

【摘要】自媒体作为一种新鲜的事物,正在逐渐改变着人们的生活状态与生活习惯,同时也将改变着企业未来的发展方向和传播方式。在发展的过程中,自媒体在互联网金融行业的应用仍出现成或多的问题,有效地解决这些问题,不仅能够帮助行业更加高速的发展,更能带动社会的进步。本文由此作为契机,分析当前自媒体在互联网金融行业中的传播应用案例,并针对其中出现的问题提出相应的解决措施和方法。希望有效的改进方案,提出创新形式,让自媒体更快、更高效的发展。

【关键词】自媒体; 互联网金融; 互联网传播

在当前网络自媒体高速发展的时代,各行各业都从中收益良多。对于我国的金融行业来说,其产品的销售和品牌的打造都能够利用自媒体作为媒介,加上自身的运营和宣传推广,保证企业在竞争激烈的市场中脱颖而出。但就目前的互联网金融和营销来说,社会未能够建立起完善的企业与自媒体的互动机制,导致自媒体的自身影响优势未能充分发挥到互联网等经营传播中。所以,为有效提高企业的收益和社会竞争实力,要广泛借鉴优秀实际应用案例,分析其中优缺点并结合自身企业情况做出优化,以此来推动企业发展和金融行业进步。

1 应用现状

传播形式涉及到诸多环节的协调配合。为了保证互联网金融的传播,必须要对每个传播路径进行高效的分解和细化,并以微观的环节来透视运作模式,才能够有效地将自媒体的优势运用在金融行业的运营和形象树立中。在传播学的视角下,由传播者、受众、信息、媒介反馈五个基本要素所构成^[1]。而传统的传播模式是根据企业一对一的直线传输,例如投放广告或是人口相传等,这些方式都是作为企业的主动传授,而受众是处于被动式的接受的单项行为,在新时代下难免会减小金融行业中产品的传播效率。作为新型自媒体传播形式来说,可以通过更加直观,且高效快速的方式来向用户展示产品。相对于传统传播单一、缺乏趣味的传播形式来说,更能够及时受到受众的反馈,同时也能够提高受众的购买欲望,并使企业及时关注行情动态,帮助企业提高传播效率。

2 运用案例

自媒体作为一种时下新兴媒体。主要包括以下四大类型:图文自媒体、视频自媒体、音频自媒体和直播自媒体。其中,直播自媒体是利用直播平台,让观众主播进行互动,能够在短时间内高效地进行信息传播交流。在金融行业中,利用直播自媒体能够和受众建立起平等交流的机会,同时能够也能拉近与受众的距离。相较于传统传播形式来说,在短时间内更加能够提高企业的营销效益和影响力树立。

2.1 品牌宣传类直播

在互联网高速发展的时代下,随着直播的普及和发展,越来越多的企业能够通过直播形式来进行品牌的宣传。这一营销方式对于互联网金融企业来说,能够更加高效地进行信息传播和影响力树立。互联网企业的产品发布会以及庆功会等都能通过直播形式向外进行展示。例如,在2019年的8月,某网贷平台利用线上直播和线下新闻发布的形式来共同进行产品发布,邀请影响力大的媒体参与线下发布会的同时也进行直播,双向趋势带来了极高的曝光度。发布会后,不仅登于诸多媒体的重要版面,更在线上线下的催化下使观看人数达到峰值,瞬间给企业带来了巨大效应。

2.2 代言直播

在互联网直播时代下,网红带来的经济效益和明星有过之

而无不及。网红是当前网络世界中的意见领袖,能够在互联网上有较大的影响力和号召力,利用网红的高人气对产品进行宣传 and 介绍能够帮助金融企业的经济效益短时间内迅速提升。例如,某期货投资平台在2019年邀请某平台中的超级网红进行三小时的直播,在直播中利用自己的虚拟账户和受众进行情况的介绍,且耐心解答受众的提问,使得直播热情热度攀升,最终带来极大的影响效益。在互联网时代下,直播这一新兴的传播渠道能够使传播内容更加直观,带入感更强,使受众有着更为切实的互动联系^[2]。利用互联网金融与直播相结合,金融行业能够用更低的成本来进行产品的推广和信息的披露。在达到良好的传播效果的同时能够有效地增长企业的社会影响力。

3 优化建议

若想将自媒体优势高效的运用在互联网金融的传播中,需要结合当前实际案例中的优缺点,并进行细化分析,不断结合自身企业的实际情况来做出应对措施,以此来提高金融行业的效益增长。其具体做法可以有以下几个方面:首先,完善广告宣传的法治制度。在自媒体中,金融广告的宣传分量越来越重,完善相关法律,在大型的社交平台,例如微信、抖音、微博等纳入有效的监管措施才能保证互联网的积极健康发展^[3]。法治制度中包括金融产品的内容定义,以及对违禁行为后的法律承担责任和具体处罚措施。提高广告信息发布的门槛,保证在取得相关媒体的认可后才能进行合理的金融广告投放。其次,加强监管制度。广告的监管制度建立与审查制度后,要随时进行抽查和产品运营状况、风险收益等信息搜集,并将此成果送至金融监管部门。以此来保证广告投放的合法性和能够有效为社会大众。最后,要加强消费者的引导和教育,在进行知识的传播的同时,要有效精准的指导受众通过正确渠道来进行金融信息的收集,建立消费者投诉机制,有效发挥社会对金融产品广告的监督作用。

4 结语

综上所述,对于金融行业来说,相关金融产品的信息可以在各个媒体上用多角度、高频次的自媒体方式来进行扩散。在此环境中,受影响的范围呈指数增长,再加上其载体形式可以利用多方面、不拘一格的方式表带,结合时下新兴内容进行传播,改变了传统只有通过文字和图片的方式。利用视频和音频更能使人耳目一新,有效激发用户的探索欲望,实现金融产品的准确投放。

参考文献:

- [1]张翔.融合媒体在新闻传播领域中的应用[J].新闻研究导刊,2020(13).
- [2]庄销路.大数据技术在互联网金融中的运用分析[J].信息周刊,2020,000(002):P.1-1.
- [3]冯子宇.新媒体传播在企业文化宣传中的应用[J].戏剧之家,2020, No. 346(10):222+224.