

用 5a 营销理论研究手机游戏行业的营销策略

——以王者荣耀为例

杨春子

世宗大学, 韩国·首尔特别市 广津区 05006

【摘要】近年来随着大众生活水平的不断提升,人们对于精神层面的追求越来越高,加上互联网大数据的发展规模在逐渐扩大,手机游戏行业逐渐兴起,各大游戏APP逐渐成为大众精神娱乐消费的重要板块,各大游戏之间的竞争也越来越激烈。作为游戏开发商充分利用符合自身发展的营销模式,能够在很大程度上提升自己的知名度。本文以王者荣耀为例研究了5a营销理论下开发商应如何更好的开展游戏营销工作,从而促进王者荣耀的可持续发展。

【关键词】5a营销理论;手机游戏行业;王者荣耀

1 5a 营销理论概述

所谓的5a指的是Aware(了解)、Appeal(吸引)、Ask(问询)、Act(行动)、Advocacy(拥护),而企业针对不同的阶段采取不同的营销策略达到不同的营销目的。

2 手机游戏行业营销现状分析以王者荣耀为例

2.1 手机游戏行业现状分析

近年来,游戏在人们的日常生活和国家的经济产业结构中占据的分量持续增长。根据IDC(互联网数据中心)与中国游戏工委发布的《2019年中国第一季度游戏产业报告》显示,中国游戏市场规模达到584.4亿元,较上一季度同比增长5.1%。在中国游戏市场细分的数据中,移动游戏占主要分量,比例高达64.6%,其它类型游戏如客户端游戏、网页游戏、单机游戏的市场份额占比呈现缩减趋向,可见受众对手机客户端游戏的喜爱程度明显递增。

2.2 王者荣耀营销渠道分析

2.2.1 互动营销。王者荣耀这款游戏在上线的时候会有一起邀好友一起玩的功能系统,王者荣耀的互动营销亮点在于线上与线下相结合,可以带动更多的玩家参与到游戏当中。例如我们平时的线上交流主要是微信和QQ两种主要方式,玩家可以通过这两个平台邀请好友上线,这就让王者荣耀这款游戏能够从根源上吸引更多玩家。

2.2.2 直播营销。直播行业作为现在的风口行业,其影响力和号召力十分可观,最近随着快手以及抖音等为主的短视频和直播平台的出现,王者荣耀也抓住了这个风口,在进行线上以短视频的形式进行游戏宣传。另外越来越多的王者荣耀尤其玩家利用直播平台进行涨粉,这无形当中也为王者荣耀的市场宣传做出了一定的帮助。

2.2.3 口碑营销。现在人们每天都会收到许多来自互联网的信息,但是相比较而言来自身边人的信息,往往可信度更高。王者荣耀的口碑传播,发生在同学、朋友、同事当中,是人们经常谈论的话题,对年轻人来说,它甚至可以说是社交的一种方式。这比传统的广告营销、促销推销更有说服力。

2.2.4 微博营销。随着大数据时代的到来,新媒体背景下微博的社会影响力十分巨大。例如利用微博来进行一些赛事的宣传。与此同时我国有大量的艺人通过微博发布一些信息,王者荣耀与其艺人合作引领代言,利用娱乐圈的效应来带动游戏的宣传,这也是王者荣耀利用微博营销的重要依据。

3 5a 营销理论下王者荣耀营销发展策略

3.1 Aware(了解)理论下加强王者荣耀品牌建设。Aware(了解)理论下王者荣耀必须要建立自己的品牌效应,企业的主要营销目标应该是拓展品牌,其主要方式可以通过广告投放、搜索营销、社交聆听等多种手段达到目标。王者荣耀作为当前我们国家游戏娱乐中影响力相对较高的游戏之一,建立自身的品牌效应不仅能够吸引更多的粉丝,还可以为王者荣耀未来的发展开拓

更大的市场。

3.2 Appeal(吸引)理论下加强客户数据分析。在大数据时代下,王者荣耀这款游戏的发展方向是由市场反应程度和玩家参与度来决定的。所以对于游戏的开发和宣传要充分的结合市场玩家的年龄分段、玩家时长和在线时间以及游戏人物偏向等诸多大数据统计因素来进行客户数据分析,只有抓住客户的心理以及市场大数据才能够为王者荣耀未来的发展提供方向。

3.3 Ask(问询)理论下注意客户之间的联系。连通时代,游戏开发商应该注重客户与客户之间的交流。同一爱好、共同兴趣的人形成一个社区。连通时代客户不再是独立的个体了,客户对这款游戏的看法,受到周围人或者社区的影响。王者荣耀这款游戏2015年诞生,迄今为止有非常多的老玩家。他们对于这款游戏的看法,很大程度影响到新玩家。如何提高老玩家的忠诚度,实现有人询问,就有人拥护的关系,是需要努力的方向。

3.4 Act(行动)理论下增强拥护体验。王者荣耀这款游戏并不是单次消费。每年都会有新的皮肤,新的特效。用户在使用过程中,有很多的想法和建议。王者荣耀要加强与客户之间的互动,适当采取用户的提议,以消费者作为主体,让他们参与到游戏的创造中来。

3.5 Advocacy(拥护)理论下构建可持续发展战略。游戏的发展是依靠粉丝来作为支撑,所以发展和维护好王者荣耀的粉丝,是十分重要的。是否复购不是评判粉丝的唯一标准,在他人问起的时候,粉丝是否能够推荐和拥护,也是十分重要的判断依据。

在5a营销理论中,了解、吸引、问询、行动、拥护几个因素相辅相成,才能实现王者荣耀的可持续发展。正如菲利普·科特勒在《营销革命4.0》中说的,“营销人员的职责是引导客户从了解品牌到最终实现品牌拥护的全过程”。

4 总结

随着游戏市场的不断扩大,各大游戏软件开发公司都在寻找适合自己的营销体系,各种营销理论及创新工具的出现,有效的帮助游戏公司应对了媒体多元化环境下的营销困局。在5a营销理论中,了解、吸引、问询、行动、拥护几个重要因素直接决定着王者荣耀的未来的发展方向。利用好适合自己企业发展的理论,有利于提高自身在游戏行业的竞争力,同时提高企业的可持续发展能力。

参考文献:

[1]王超.网络游戏语言研究——以《王者荣耀》为例[J].汉字文化,2020(01).

[2]牟宪勇,蔡绍硕.网络游戏中的文化传承与传播——《王者荣耀》的文创开发解读[J].科技传播,2020(02).

作者简介:

杨春子(1996.05.17-)女,汉,山东省烟台市,硕士在读,研究方向:经营学。