

直播和视频时代电子商务传播路径研究

宋春燕

四川化工职业技术学院, 中国·四川 泸州 646000

【摘要】随着移动电子设备的普及和网络的发展以及电商企业的改革, 电子商务直播得到了迅速的发展, 竞争也变得更加的激励, 有越来越多的电商企业为了提高自身的经济效益和提高竞争力开始创新销售渠道, 比如网络直播等手段, 这对电子商务的发展起到了积极的推动作用, 为电子商务注入了新的生命力。而且也在很大程度上增加了用户的体验和感受。下面本文将对电子商务发展背景下电商直播的发展进行探究, 并且对当前电商直播的现象进行分析, 希望可以创造一些新的手段, 推动电子商务进一步的发展, 实现电子商务的可持续进步。

【关键词】直播; 视频; 电子商务

最近几年, 电子商务呈现出了流量和成本共同上升的局面, 所以有越来越多的电子商务企业认识到了提高流量和降低成本的重要性。尤其是在当今视频和直播时代里, 电子商务发展中流量正在不断的提升, 因此部分电子商务企业为了拓展商品销售的渠道, 为了取得更高的经济收益将电子商务直播和产品销售进行了联合, 推出了一种新的竞争模式。本文就直播和视频时代电子商务传播的具体路径进行分析研究, 希望能够给相关的工作人员一定的启发和参考。

1 电子商务直播发展现状

在目前网络零售的背景下, 直播和电商整合的模式发展成为了一个全新的网购模式, 也形成了一个相对完整的产业链。并且一派生出了很多收入高的主播和团队, 开展了新的运营模式。目前像是抖音还有快手以及一点拨等都开始实施电子商务直播, 并且分为了红人和店铺直播模式, 互相融合, 相辅相成。

电商直播依赖于电子商务, 因为直播本身就是电子商务销售商品的一种形式, 通过直播实现卖家和买家的联系, 同时通过直播有效的解决了传统电子商务中的弊端, 主播通过讲解产品的特性可以帮助顾客更深入的了解产品的使用, 从而达到提高销售效率的目的。

新兴的网络直播是目前互联网+时代背景下产生的一种新型的媒介。在网络时代背景下, 借助电子产品来完成传输, 主播进行直播等等。观众可以借助虚拟平台来为主播打赏, 通过文字和主播沟通交流, 属于一种全新的在线娱乐形式。因为目前电子设备和网络得到了全面的普及, 仅仅借助一个账户和一个APP还有一套设备就可以实现直播。对于当前的年轻人, 这种快捷并且简单的传播方式可以有效的吸引受众。因此直播目前变得更加的平民化, 满足消费心理好寻求认同心理, 目前观看网络直播得到了流行。

2 电子商务直播现象分析

2.1 网络红人

红人直播主要是推广商家产品, 借助网络红人产生的粉丝效应和一定的专业性, 对商品进行评价和推广, 这样可以在很大程度上可以提升消费者的购买力度, 扩大商品信息的传播范围, 所以红人直播的关键就是借助网络红人的力量。比如李佳琦, 已经被认证为了美妆博主, 被网络称之为口红一哥, 目前也获得了广大女性的喜欢。那么在进行直播的时候, 一方面是李佳琦本人, 其中会涉及到自己一些经典的话语和个人形象, 比如是“这个一定要买”、“Oh My God”等网络红词均是李佳琦独有的说话音调, 这些都是李佳琦直播时候的特色之处, 另外需要完成商品的展示, 比如进行口红试色或者外观的展示等等。

2.2 商铺直播

在电子商务直播过程中销售的产品往往都来自于店铺当中, 而直播对展示商品的信息提供了有利的条件。比如一些企业经常借助淘宝进行直播, 借助直播和视频形式就可以向大众高效的展示他们的商品, 内容上面会变得更加的丰富和多样化, 赢得了很多粉丝的喜爱。视频直播的商品销售形式促进了电子商务传播进一步的发展。

3 电子商务直播中的传播机制

当前网络直播收益较高, 同时网络直播的门槛较低, 有越来越多的人加入到了网络直播行业当中, 网络直播也受到了人们的热爱和追捧。所以电子商务想要和网络直播进行有效的结合, 推动电子商务的发展和取得更好的经济收益, 由于来越多的人通过手机设备开展网络直播, 具有着较强的宣传性, 受众范围也非常广泛。再加上当前网络技术的迅速发展和网速的提高, 电子产品已经得到了普及, 这也为网络直播和产品销售拓展了市场, 因此网络直播也促进了电子商务的发展, 人们对网络直播的接受程度也有所提升。另外一个特点就是互动性更强。网络直播和现场直播存在着差异性, 涉及到的群众更多, 传播的范围也更加广泛。直播人员在电子商务直播中就可以和受众进行进一步的沟通交流, 并且通过弹幕来了解消费者的需求以及对产品的意见。

3.1 注重创新电子商务直播内容

在电子商务直播中博主只需要一台手机和网络就可以实现, 所以直播和短视频得到了迅速的发展, 实现了多元化创新。通过分析京东的直播我们了解到, 比如京东直播平台增添了一些温情元素, 这样可以给用户带来更好的体验和提高宣传的效率, 这样可以在一定程度上引起受众情感的共鸣。所以电子商务直播得到了创新和拓展。

3.2 传播商品更完善全面的信息

在电子商务中信息呈现的方式往往都是图片和文字, 因为在直播过程中商品的呈现多数都是以文字和图片形式进行, 这样可以更加直观的展示商品的信息。买家通过信息了解产品的特性, 了解产品的使用方式和说明, 同时通过文字去了解产品的价格等内容。但是在电子商务直播过程中人们接受到的信息存在局限性, 因为了解信息的主要方式从问题、图片变成了视频, 所以信息不能直观的展示出来。然而随着电子商务直播的发展电商直播出现了回放和增加商品链接的功能, 人们可以一边观看直播一边浏览商品的信息, 这样可以给购物者带来更好的体验, 创新人们的社会生活和交往的方式。比如卖家可以借助视频直播给不同的服装进行不同的搭配, 详细的给受众讲解服装的布料, 这样就完全实现了商品全面的呈现。用户在观看视频直播的时候也可以借助卖家的解答了解更多商品相关的问题, 这样可以全面立

体化的实现商品信息的传播。

3.3 充分关注受众评价

在电子商务传播的过程中,借助直播和视频这些形式可以让观众借助弹幕给主播留言,反馈商品的信息,实现彼此更有效的交流和活动,借助这样的方式可以完全自由的表达自己的意见和想法还有商品使用之后的一些体验和感受。这样可以确保在短时间内实现产品的改进,全面的了解消费者的实际需求,这对于电子商务进一步的推广有着重要的意义,可以打破传统企业与消费者交流时候的局限性。

4 电商直播目前发展存在的问题

4.1 行业发展缺乏规范性

任何行业的发展在一开始都会存在监管力度不够的情况。电商行业本身就是一门新兴的行业,随着新的问题不断地出现,电商行业发展目前缺乏一定的规范性,对于主播的资质审核不是非常的到位,在直播中存在着不实宣传和数据造假还有刷单和刷流量这样的情况,针对这样的问题必须要提出一些措施和政策,制定具体的规范条理,这样才能提升其进一步发展的质量。

4.2 产品质量不过关,消费者无法很大的维权

一些电商直播,特别是在非电子商务平台或者是社交平台开展的直播中,在这些直播平台进行招商的时候没有做好质量上的把关,也没有对产品和生产厂家的资质进行验证,所以产品质量上经常会出现一些问题,再有就是粉丝在观看直播时购买商品的链接比较陌生,加上售后的服务落实不是特别的到位,售后得不到很好的保障,那么消费者维权的时候出现了一些困难,比如之前出现过消费者买到腐烂的鲜花,但是在维权的时候存在较多的困难。

4.3 直播没有真正的提升购买率

现阶段我国电子商务直播正处在蓬勃发展的时期,直播带货销售额超过亿元的新闻在手机上随处可见,所以很多看到商机的大小工厂也加入到了电子商务直播行业当中,各种网络直播公司也层出不穷的出现。然而值得我们注意的使这些庞大的销售额数字并不是真实存在的,因为在实际直播的过程中还存在着很多刷流量和订单的违规操作和虚假销售行为,这些并不能算成实际的产品销售额,再有就是人们在观看直播的时候并没有真正的购买,也就是订单转化率低。以上的这些问题都是目前电子商务传播中存在的一些问题,我们必须针对这些问题有效的探索出当前电子商务传播新的路径,进一步规范电商行为。

5 电子商务直播发展的新趋势

5.1 提升电子商务技术水平

为了能够推动电子商务直播更进一步的发展,我们应该注意不断地提高技术水平。如果拥有强大的技术支持就可以在很大程度上提升消费转化率,让用户也可以获得更好的体验和感受。主播在讲解某个产品的时候,如果借助一些先进的技术能够实现让用户更方便的将需要的产品快速的加入到购物车当中,而且可以清晰地看到物品的材质等信息,实现和人工智能的同和,这样可以提高转化率,提升技术水平。所以为了能够推动电子商务直播更好的发展,一定要注意提升电子商务的技术水平,争取可以实现更多的功能。同时电子商务为了能够更好地实现直播需要获得更好的口碑和评价。这样肯定就要首先考虑到提升商品的质量和价值,将这些放在直播考虑的收养为止。要争取可以获得用户的信任,注重和其他电商的区别。对于电子商务来说,单一的直播和视频模式可以增加用户粘性,但是也会让用户感觉到厌倦,为此一定要多借鉴新媒体运营的相关策略,要努力实现战略上面的合作,完成内容和形式上面进一步的创新。

5.2 建立行业标准,加强行业监管力度

现阶段我国电子商务直播行业发展迅猛,但是在发展过程中也暴露除了很多问题,所以一定要不断地完善行业运行的相关标准,使电商直播行业得到规范的发展,提高直播行业的自律性和自主性,为直播行业的良好发展做好引导。目前关于电商直播也已经出台了一些相关的政策,比如《网络直播平台管理规范》还有《网络直播主播管理规范》和《网络直播营销行为规范》等,并且这些政策在实施的过程中还要注意售后和手中的管理,使电商直播行业得到全方位的监督和监管,对直播中出现的问题进行及时的引导和纠正,使电商直播朝着科学的方向发展,适时出台一些新的内容,从而使电商直播带动经济的发展。

5.3 构建完善的选品和售后机制,维护好消费者权益

首先需要建立商品的销售、售后服务制度,对直播销售的商品做好售后,同时在销售商品的质量上做好把关和检查,平台要进行相关的辅助,并且对商品生产厂家的相关资质进行检查。同时平台可以指定具体的政策,对于出售的商品出现质量问题要及时的进行客户的维护和赔付,以此来保障产品的质量和加大对产品的检查力度,对于一些存在质量隐患的产品还可以采用取消销售资格的方式进行处理,通过这样的方式来维护好消费者的权益,使消费者放心的通过网络直播购买商品。

5.4 提高行业从业人员的基本素质

电商直播当前成为了一个热门行业,每年的从业人员数量都在不断地增加。所以想要提高网络主播的审核效率就需要提高网络直播的门槛和要求,在人员的素质方面需要制定具体的行业道德规范,对于主播的行为进行一定的约束和规范。另外也需要针对电商直播开展专门的教育培训活动,要求主播必须要掌握电子商务专业的知识,懂得网络营销的相关内容,还要就消费者行为学还有消费者心理学等开展专业化知识培训,这样才能真正的提升电商直播行业从业人员的综合素质。

5.5 注意将流量转化为实际购买力

对于电商直播和主播带货而言流量往往是判断带货和直播能力的标准和依据,然而仅仅只依靠流量并不能更高效的销售商品,还需要主播在直播的过程中对消费者和粉丝的购买需求进行深入的分析,了解粉丝的购买意愿,全面的了解用户的实际需求,能够在这个基础上选品,保证产品的质量,做好售后服务工作,这样才能真正的实现商家还有平台和主播的共赢。

6 结束语

总而言之,对于电子商务来说,借助视频直播形式开展电子商务直播,发挥出两者的合理,可以实现商品信息全面传播,提升直播内容品质的特点,而且要积极利用直播中形成的网络效应,不断地增强受众接受信息行动力,同时可以优化用户的体验,所以我们要针对直播和视频时代电子商务传播的具体路径进行进一步的探索。

参考文献:

- [1] 谢红梅. 基于“农村四哥”现象的农村自媒体发展存在问题探究[J]. 经济研究导刊, 2019, (15). 29-30.
- [2] 张艳红, 张春光, 周湘贞, 等. 项目多属性模糊联合的多样性视频推荐算法[J]. 计算机科学, 2019, (8). 78-83.
- [3] 华晓龙. 新时代高职电子商务人才工匠精神内涵及特征研究[J]. 江苏商论, 2019, (12). 132-134. doi: 10.3969/j.issn.1009-0061.2019.12.037.

作者简介:

宋春燕(1983-)女,汉族,四川泸州人,本科,工程硕士,讲师,研究方向:管理学,电子商务,项目管理等。