

新媒体时代下的短视频营销传播

张景源

(河南经贸职业学院 郑州 450008)

摘要: 新时代背景下,我国信息技术迅猛发展,互联网的普及为人们提供了新的发展手段和生活方式,并且人们获取信息和支持的渠道越来越广泛,短视频营销发展方式在新时代形势下应运而生。但在新媒体时代背景下,人们通过互联网平台进行学习和生活,使人们的生活节奏得以加快,并应运而生了新的娱乐方式,短视频软件的设计不仅成为了人们娱乐休闲的主要平台,还为各行各业提供了新的发展方式。但目前,在新媒体时代下我国基于互联网平台的短视频营销传播发展还存在诸多问题:创作内容同质化严重、平台考核机制简单化、产品特色难以体现、网名网络安全意识低下等,继而无法更好实现在新时代下短视频营销传播和发展。鉴于此,文章通过新媒体时代下短视频营销传播存在的问题进行分析研究,并提出针对性意见或建议,仅供参考。

关键词: 新媒体;短视频营销传播;互联网

引言

随着我国社会经济的迅猛发展,互联网已经逐步渗透到人们的日常生活和工作当中,通过互联网技术的不断创新发展,为人们提供了物质生活水平。但在新媒体时代背景下,人们物质生活得到满足之后,对精神层面的需求提出了新要求,并且随着我国 5G 时代的到来,移动设备成为人们社交和娱乐的新形势,也为人们今后的生活和发展提供了新的发展路径,尤其是抖音和快手等社交平台,其中包含了各个群体,并且用户数量与日俱增。基于互联网平台横空出世的短视频软件,不仅更好地满足了当代人民群众的精神生活,还为我国人民群众提供了新型的营销传播手段。近年来,许多与“抖音同款”或者“明星同款”的字眼出现在短视频平台当中,产生网络明星效应,使产品销量得以提升。但我国在互联网时代下的短视频软件以及营销传播方向的发展仍然存在诸多问题与不足,并对短视频软件的营销传播以及发展提出改善方案。

一、新媒体时代下的短视频营销传播的重要性

(一) 开放性

现如今,我国信息技术寂寞发展,许多人民通过互联网平台创建以网络平台为基础的软件,而短视频软件是当今时代下最能满足人们精神需求和休闲娱乐的一款软件,并且短视频软件也基于互联网面向广大人民群众,帮助我国用户通过软件平台记录生活,分享生活中的美好,而短视频软件也抓住用户持续上升契机,鼓励不同用户在平台上自主创新和生产内容,不仅能为每个用户带来“流量”,还能为短视频软件带来一定曝光率。因为短视频软件是一种交互性平台,并且交互性平台具有一定开放性,许多创作者发现短视频生产营销契机,在短视频软件中进行内容创作、拍摄、剪辑以及背景音乐的配置,利用的视频软件自带的多元功能完成一条视频制作,而这也能充分体现出短视频软件平台的开放性,优质内容制作和发表,为短视频平台中的用户增加曝光率,越来越多的人喜欢不同用户拍摄的视频,这时短视频软件与相关品牌展开合作,利用人气较高的用户在短视频软件中进行相关品牌的宣传,不仅满足了的视频软件和品牌方双方的利益需求,还满足了当代消费者利用碎片化时间进行休闲娱乐的需求,同时也增强了与短视频软件展开合作品牌的曝光率和认同感。

(二) 丰富性

根据相关调查结果显示,我国基于互联网发展的短视频活跃用户日益增加,并且是一款以休闲娱乐为基础的交互软件,其中不仅拥有海量的音乐,同时不同的用户也能在短视频软件

中发布与之相关的视频内容,而且许多用户都可以依托短视频软件选择性的查看内容,并且还伴随相关音乐、全屏的视觉化音乐传播形式,不仅给短视频软件中的用户带来了强烈的视觉和听觉冲击,还能使用户快速地沉浸在短视频赋予的前景内容当中,使越来越多的人喜爱在短视频平台中进行观看,这为短视频软件的发展和营销传播带来一定积极影响。

(三) 交互及时性

依托互联网平台上市的短视频软件,不仅实现了人们在互联网平台的便利交互,还能通过短视频软件中用户之间的沟通、评论、转发等方面,体现出多视频软件内容传播的意义,使越来越多的用户积极参与到短视频软件中进行内容制作,表达自我。因为多视频软件是依托互联网平台发展的,并且用户都能低成本的参与到其中,每个用户都积极主动参与其中,用户与用户之间跨平台的交流和互动,通过一定的交流和点赞以及评论,能找到志同道合和道朋友和群体。此时,短视频软件可以根据用户数据找到消费者群体,并针对消费者的需求进行回应,使用户成为忠实消费者。此外,许多品牌依托短视频软件进行帐号注册,品牌方与用户之间的交流活动,能拉近品牌方与消费者之间的距离,依托平台进行交流互动,能够将新的一批粉丝转变为忠诚的消费者。

二、新媒体时代下的短视频营销传播的现实困境

目前,我国许多人民都依托短视频软件进行休闲娱乐,因为当代社会是数字化时代,人们无论做任何事,大多数都需要依托互联网进行实现,一些创作者通过设计一些软件,实现人们在互联网中的交流和活动。而抖音和快手等软件是当今时代下最火爆的休闲娱乐方式代表。但新媒体时代下的短视频营销传播还存在不同的问题,例如抖音或者快手经过一段时间的发展,越来越多的人参与到内容创作当中,许多用户会出现跟风模仿的情况,故意剽窃火翻拍他人创意与作品,其主要目的是“蹭流量”,达到吸引眼球的目的。此中情况会持续降低短视频平台中内容质量,而这主要原因在于短视频平台对其监管力度不出,对于短视频平台中用户发布的视频核实机制简单,用户在进行商品购买或者视频观看过程中,难以删除用户的精神需求。

三、新媒体时代下的短视频营销传播的实施策略

(一) 优化平台创作内容

在新时代背景下,我国各行各业不断发展,许多行业都依托短视频软件进行创新发展,因为现代社会短视频是人们休闲娱乐的重要方式,许多行业都依托短视频软件进行创新发展,

通过短视频进行有效传播,但许多品牌依托短视频平台进行营销传播过程中,内容难以体现出特色,使得人们对此产品特色了解不足,因为短视频软件中的消费群体主要是年轻人,只有设计出与年轻人价值观相同的商品,才能提高其营销效果。因此,相关用户和品牌要优化短视频平台中内容的创作,主要目标是针对上述内容的曝光度,提高营销传播效率和质量,但这就需要用户或者品牌在进行内容拍摄过程中,除了要吸取其他用户的优秀闪光点 and 审美方面,还要根据自身产品的特色与特点合理进行内容创作,不能一味地发出诱导性消费影响,不仅会影响用户或者品牌营销传播的效果,还会失去潜在受众群体对消费的热情。例如,用户和品牌进行产品相关内容创作过程中,要通过一定时间内用户的喜好程度和受众群体,挖掘贴近不同群体消费者的消费需求,创作出能增强用户粘性的短视频内容。而这不能仅停留在对自身产品的描述上,还要合理运用网络语言和人们日常生活的语境,创设出有利于产品营销传播的内容,提高品牌的传播效果。

(二) 完善平台考核机制

因为在短视频平台中不同用户有不同作品,除了一些企业的相关品牌在视频当中注册短视频账号,还有许多自主创业的用户帐号,这就可能会出现短视频平台中产品质量参差不齐、退货无门等方面的问题。因此,短视频软件要根据不同用户和品牌在平台中进行产品营销传播过程中,海量用户可以通过购物车功能对品牌帐号和商販帐号商品的了解,并且要对身份证号和品牌帐号的核实机制要加强力度,为消费者在短视频平台中的消费得到保障。但短视频平台也要考虑到自主创业的帐号存在资金投入问题,可以与不同品牌和商户签订相关协议,在进行产品营销和销售过程中,需要通过抖音提供的正规渠道和平台进行销售相关产品,无论是商販还是品牌帐号,都需要设有专门的退货渠道或者服务渠道,最大程度的为海量用户提供满意服务。而完善平台考核机制,针对部分商家和品牌的售后服务保障体系无法保护消费者合法权益的同时,会对商家给予一定的信任度惩罚,降低商家和帐号的曝光度,为海量用户营造良好消费氛围和环境,为短视频平台中产品的营销传播发展提供不竭动力。

(三) 体现产品营销特色

在新媒体时代背景下,我国短视频营销传播的创新发展,随着短视频软件的创新发展,其短视频营销价值不断增长,为人们提供了新的发展方式和休闲娱乐途径,并且我国短视频软件的市场规模也不断扩大,越来越多的人参与到视频软件营销传播当中,精准传播,对提升的视频软件 and 用户自身的知名度和曝光率具有十分重要的作用。而是否能将短视频平台与相关产品相结合,增加消费者对产品的购买欲,还需要基于短视频软件平台中的用户或者商家进行三个方向营销传播方式的运用。其一,内容营销传播,其二,场景营销传播,其三,精准营销传播等三个方面,这三个方面都能帮助用户或者短视频软件优化创作内容,更好的吸取消费群体,将新的粉丝逐渐转变为忠诚消费者。因此,短视频软件在发展过程中,要结合不同

用户和不同群体的特性与特征,根据我国流行的元素突出短视频软件中营销传播与之相关产品特色,因为短视频软件也是新型购物的核心,依托互联网发展的一个新购物平台浪潮,在短视频软件上的用户能够实现与品牌方的及时性活动与交流。品牌方也能在短视频软件中进行营销传播过程中,可以开直播与粉丝进行近距离沟通和互动,而针对粉丝提出的意见和建议,能在一定程度上增强品牌的传播效果。短视频软件中的主要消费群体是年轻人,因为年轻人是短视频平台中的主要消费者,具有较强的社会领导性,通过一些网络用语或者抛出一些谐音梗,可以为各行各业的发展增加产品曝光度,吸引越来越多的人在软件中进行交互和消费,这对的视频营销传播发展有着十分重要的作用。

(四) 提升网名网络安全意识

短视频软件在创新发展过程中,是依托互联网进行发展,因为当代人们大多数的依托互联网平台进行生产经营、生活以及工作,为了维护短视频平台种良好互动环境和氛围,我国要针对短视频平台建立网络法律法规,让短视频软件通过定期网络法律法规的宣传和内容讲解,提高短视频用户的网络安全意识和自我保护能力。同时,短视频平台也要对个人隐私存在的不良泄漏问题,加大对短视频平台中各个方面监管力度,确保每个用户的个人信息安全和财产安全,使每个用户能够放心在短视频平台中进行互动和消费,使之成为海量用户提供优质服务的同时,还能促进短视频的营销传播,实现商販和品牌网络营销,推进短视频的进一步创新发展。

结语

综上所述,在新时代背景下,我国越来越注重科技技术的运用,并且科技技术也推动我国各行各业不断发展,但在新时代背景下人们对精神方面的需求,促使我国依托互联网平台的交互平台应运而生,而短视频软件也称为当下最火爆的休闲娱乐方式,为人们提供消费渠道的同时,也推动了短视频平台的营销发展。因此,短视频平台在创新发展过程中,因为用户的日益增长,许多品牌和双方都入驻短视频平台进行营销传播,这就需要不同用户发挥出创新思维,创作出优质短视频内容,同时短视频平台也要加强对其营销工作开展的监管力度,确保用户的个人信息和财产安全,为人们提供优质服务的同时,促进短视频平台的进一步发展。

参考文献:

- [1]刘艳敏.新媒体时代安徽黄梅戏短视频营销传播策略分析[J].湖北科技学院学报,2022,42(06):102-106.DOI:10.16751/j.cnki.hbkj.2022.06.018.
 - [2]丛天义.新媒体时代下的短视频营销传播作用[J].营销界,2021(08):11-12.
 - [3]张静,王敬丹.新媒体时代下的短视频营销传播——以抖音为例[J].杭州师范大学学报(社会科学版),2020,42(04):113-120.
- 张景源,男,汉族,1991-08,河南巩义人,河南经贸职业学院,助教,硕士学位 研究方向:广播电视艺术学