

探讨文化差异背景下跨境电商网络营销对策

万佳迪

江西泰豪动漫职业学院 江西 南昌 330200

【摘要】在全球化背景下,贸易全球化不断发展,特别是我国最近在拉动经济增长中提出的三辆马车中有加大出口贸易的需求。面对飞速的发展,存在诸多的障碍和挑战,跨境电商网络营销脱颖而出,但是因为许多国家的文化多样性,同样存在诸多问题,对此文章提出相应的对策。

【关键词】文化差异;跨境电商;网络营销;对策

在国家经济不断发展的过程中,我国高度重视跨境电商的发展,并有相应的政治支持。跨境电商的很多企业都在利用这个机会,把互联网和外贸结合起来,一些想利用这个机会的世界知名跨境电商平台知道世界上“中国制造”四个字,这就是技术。与此同时,近期一些西方国家电子商务市场的发展停滞不前,外部刺激成为当务之急。电子商务也在几个新的国家迅速发展,为跨境电商的发展带来了生机和活力,但在跨境电商网络营销的旅途中,穿越各个国家的多元文化,成为对产品包装、未来产品开发和产品营销的挑战。

1 文化差异的内涵

文化被理解为一种心理行为,由许多人为同一社会行为和同一教养所形成的心理特征组成,而不是个体行为或特定的行为运动。来自不同地区、国家和群体的人们有着不同的社会经历、不同的生活方式、不同的教学方法,产生不同的解决问题的思路,主要是因为文化差异。

1.1 文化价值观的差异

据相关研究显示,在不同国家的电子商务企业,尤其是文化中心,就业因领域和学历不同而有所差异,文化价值观的差异更加明显。数据显示,消费者认为网站是文化的产物,值得信赖,并且愿意为此花钱。

1.2 跨境电商中的文化差异

跨境电商中的文化差异非常重要,因为地区不同,特别是因为跨境电商网络营销和文化多样性的差异,对跨境电商网络营销过程有很大的负面影响,对跨境电商网络营销过程有很大的影响。例如不同的生活方式会导致不同的产品布局、网站运作方式的变化以及文化信仰的差异会影响产品创新,从而影响未来的产品开发。但是,地区之间可能仍然存在一些相同的文化,这对跨境电商网络营销来说非常成功。在文化更加多元的地区,应加强调查和沟通,以减少跨境电商网络营销过程中的严重错误^[1]。

2 跨境电商网络营销中的文化差异

在实际工作中,跨境电商网络营销文化差异包含了我们只能称之为文化背景、文化传承、行为特征、文化理解、生活方式的多样性、文化信仰等的多样性的方方面面,不同领域的文化差异使得跨境电商网络影响对

策,商品和服务的安排应该是横向的,不同国家的文化、历史渊源和遗产之间存在异同。在文化平等方面,跨境电商网络营销可以理解为一个“安全区”,是一个文化差异类型,代表了出口和该国所针对的文化之间的各方的充足市场,通过研究和分析可加强市场领导地位,避免文化创造中的错误。但是需要注意的是,考虑到市场规模和增长区域,需要缩小目标国家与国内生产之间的差距^[2]。

3 文化差异背景下跨境电商网络营销对策

促进跨境电商的企业在我国快速发展,必须关注文化差异对其的影响。根据不同学科之间的文化差异使用不同的方法实施网络营销,并确保跨境电商网络营销不会对行业产生不利影响。本文以文化差异为基础,从多方面详细分析了跨境电商网络营销法。典型的实施例如如下:

3.1 满足跨境电商市场需求,准确开展网络营销

(1) 行业跨境电商也在互联网信息技术水平不断提高的影响下不断发展壮大。由于跨境电商公司要深入研究消费者的需求,网络营销公司不能盲目发展。要解决这个问题,跨境电商必须根据市场的发展情况进行详细的分析,必须精准满足问题网络营销的发展需要。一个重要的因素是,跨境电商在网络营销时,需要对国外市场进行了深入研究,对不同国家的文化差异更加尊重。

(2) 跨境电商公司发展网络营销,不仅要分析欧美等发达国家的市场,还要积极开拓新市场,不断提高存量规模。与跨境电商公司一样,跨境电商应注意详细研究市场需求。随着人们购买力的不断增长,这将提高跨境电商的整体运营效率。进行详细的产品分析。突出属性根据您的目标,识别网络消费群体,回答消费者关于网络购物的问题。例如,如果您想通过在线渠道增加优质产品的销售额,可以在专业的金融网络上宣传产品,并鼓励人们阅读相关内容或观看相关视频,可以通过在线广告渠道吸引人们的注意力。

3.2 产品销售策略

跨境电商网络营销平台不仅要充分兼顾线上平台的好处,还要兼顾文化差异方面,如消费者的行为和和生活。本土制造企业拥有优秀的生产能力,但在产品销售和目标产品选择上,国内需求无法与海外需求直接比较。取而代之的是,分析目标群体公司选品产品的位置跨境

电商,应根据目标消费群体的性质和位置,重点关注与产品相关的产品选择,注重营销策略。

3.3 成立自注品牌,增强跨境电商影响力

线上渠道的产品是相同的,消费者通过不同的渠道选择产品^[3]。为此,跨境电商需要创建自己的品牌,专注于提高其在线服务的质量,并基于文化差异开发允许在线消费者进行多种操作的产品。采用网络营销策略可以降低成本,突出每个产品的优势。我国跨境电商公司不仅要注重产品研发成本,还要通过自主研发提高产品质量,比如小米、华为等知名品牌,在拓展线上市场和海外市场的过程中,通过更好地服务消费者,从而提高他们的竞争力。国外很多国家对产品包装设计的要求很高,特别注重环保,体现了在跨境电商之间采用可持续发展的概念,并在开发自己的产品包装时宣传环保的重要性。通过将品牌推广到在线消费群体来推广和营销价值概念,从而改善自主产品研发和制造^[3]。

3.4 产品定价策略

跨境电商网络营销产品的价格是经营网店的关键。如果价格远高于产品的价值,则产品销售将减少,产品价格下降,卖家几乎没有利润。但“价格竞争”策略可以让更便宜的产品在短时间内获得竞争优势,并保持恒定的利润率。但是,产品成本的基本结构不仅包括产品本身,还包括产品成本、海外成本、网络平台运营成本、海外运输成本等避免损失的条件。同时,跨境电商网络营销必须了解国家销售的同类出口商品的价格,充分考虑互补品、替代品或非必需品之间的价格竞争及其价格优势。此外,产品价格的选择要与应用模式和网店的销售理念保持一致。比如一些平台网络营销电商网站需要使用不同的产品,比如电商红卖款式和“时尚风格”可以不同。通过实施定价策略,或先使用更高的价格然后使用折扣响应来推广产品等。此外,可以充分实现跨境电商平台的政治领导和活动,集约利用各种市场活动,增加利润。需要强调的是,跨境电商网络营销在为该产品选择定价形式时应考虑目标群体客户的购买习惯和生活方式。在纺织行业,例如在印度、孟加拉国和美国等国家,优先考虑的是“价格”。文化差异性使得不同价格为来自不同文化的消费者提供了多样化的消费体验。

3.5 注重本土化运营,增强消费者网络平台体验

(1) 受语境影响,文化差异、跨境电商在线平台产品推出过程中必须与当地文化语境、文化规范等内容相结合,以提升在线平台消费者体验。例如,如果想通过

与跨境电商的在线平台在美国销售产品,可以再平台上沟通。在营运过程中,可以选择一个拥有多个本地消费者的平台,例如 Facebook 和互联网的其他平台。跨境电商可以积极使用网络营销的一系列工具来加速互联网上的在线消费者搜索,并通过移动设备或网站广告不断提高跨境电商网络营销的性能。(2) 与本地平台合作时,不可避免地会出现文化和语言差异。跨境电商需要了解文化差异,多接触当地的消费者,可以更好地解决消费者在消费过程中面临的问题,以便通过互联网为消费者提供服务在实际操作过程中,无论是有关于产品的文字、照片还是视频,重要的是要注意每一个细节,包括产品的计量单位,这些行为可以为跨境电商公司避免很多不必要的争议。跨境电商公司必须谨慎保护其产品的知识产权及其合法权利,避免侵犯其他产品的知识产权^[4]。

4 结束语

在全球范围内,文化差异直接影响企业跨境电商的发展,特别是文化差异影响消费品的需求、消费习惯、消费者偏好等。因此,根据文化差异,跨境电商必须在所有领域尊重文化差异。在网络营销的实际开发中,基于文化差异的特点,需要主要考虑网络营销的产品的方式、需求和安装,并提高网络营销的效率以及不断提高在线服务的质量。这有效地消除了文化差异带来的网络营销问题,提升了消费者的在线消费体验。

【参考文献】

- [1] 黄思帆,周丰婕.文化差异背景下闽台跨境生鲜电商营销对策分析[J].物流科技,2020,43(05):65-67.
- [2] 仝玺.文化差异背景下跨境电商网络营销对策分析[J].科技资讯,2020,18(11):234-235.
- [3] 章滕.文化差异背景下跨境电商网络营销对策研究[J].现代经济信息,2019(18):318.
- [4] 田剑英,王剑潇.跨境电商平台金融发展的逻辑及其金融功能深化——基于宁波跨境电商平台的案例研究[A].《经济学家》杂志社、广东金融学院区域金融政策研究中心.金融供给侧结构性改革暨新经济治理范式下经济学主流期刊引领学科建设学术研讨会论文集[C].《经济学家》杂志社、广东金融学院区域金融政策研究中心:广东金融学院广州区域金融政策重点研究基地,2016:14.