

电商主播推荐有用性影响因素研究——电商直播平台类型的调节作用

张弛

(湖南师范大学新闻与传播学院 湖南长沙 410081)

摘要: 随着电商直播的火热,不同平台也在不断规范自己的直播内容和交易规则,以维护良好的市场秩序,保护消费者和商家的权益。不同类型的电商直播平台为商家提供了直接与消费者互动、推广产品的渠道。通过直播展示和演示商品,可以提高消费者的购买意愿,增加产品信任度,从而有效提高销售额。同时,品牌和企业也可以通过不同平台上的网红或达人直播,增强品牌形象和影响力。有趣、富有创意的直播内容可以吸引更多观众关注,从而提高商品的曝光度和购买率。此外,电商直播平台类型的调节作用也会影响电商主播推荐有用性,进而对消费者的购买决策产生影响。为了提高消费者的购买意愿,主播需要在直播过程中注重诚信、专业性、互动性、内容吸引力等方面的表现。同时,直播平台也应优化用户体验,为消费者提供一个便捷、舒适的购物环境,本文就是根据电商主播推荐有用性来研究其影响因素。

关键词: 电商主播;消费者;影响因素

引言: 随着互联网技术的飞速发展和智能手机的普及,电商直播作为一种新兴的电子商务模式,已经成为了我国数字经济的重要组成部分。电商直播平台类型的调节作用不仅推动了传统电商的转型升级,也为消费者、商家以及供应链各方带来了新的机遇。本文将探讨不同类型电商直播平台的调节作用,以期为行业发展提供有益的参考。

一、电商直播平台类型调节作用的关键点

各类直播平台的崛起,使得市场上的竞争更加激烈,这种竞争促使平台不断创新,优化服务,提高用户体验,从而推动整个行业的健康发展。电商直播平台的发展,尤其是类型多样化,推动了相关产业链的优化和升级,包括供应链、物流、仓储等环节的改进。直播平台的类型多样化,吸引了更多的消费者参与其中。通过直播购物,消费者可以更直观地了解商品信息,提高购买意愿,从而激发消费潜力。不同类型的电商直播平台为商家提供了多样化的营销手段和销售渠道,助力商家拓展市场,提高品牌知名度。主播需要与消费者建立信任关系,通过持续提供有价值的产品推荐和优质的服务,赢得消费者的信任和支持,主播要掌握消费者的购物习惯和需求,在合适的时机进行推荐。

二、电商直播平台类型调节过程中存在的问题

部分直播平台和主播为了提升自身的影响力和吸引力,可

能会存在直播观看人数、销售数据等造假的情况。这不仅损害了平台的信誉,也误导了消费者和广告主。由于直播销售的快速性和即时性,一些电商直播平台可能对产品的质量把控不严格,导致消费者购买到质量不佳的产品。这直接影响了消费者对平台的信任度。一些电商直播平台在快速发展的同时,未能及时建立完善的规则和监管机制,对于直播内容、商品质量、数据真实性的把控力度不够,导致不和谐情况的出现。随着电商主播数量的增加,行业竞争愈发激烈,部分主播可能采取低价、恶性竞争等手段,导致行业整体品质下降。随着电商主播推荐的快速发展,监管难度也相应增大。有关部门在打击虚假宣传、维护市场秩序等方面,面临较大的压力。

三、电商直播不同类型平台的具体调节表现

(一) 需求调节

通过直播平台的大数据分析,可以了解消费者的观看行为、互动行为、购买行为等,从而捕捉消费者的需求变化。根据消费者需求,直播平台上的商家可以及时调整商品种类、价格策略、促销活动等,以满足消费者的需求。直播平台可以根据用户的需求,优化互动方式,比如增加连麦、红包、游戏等功能,增强直播的趣味性和互动性。通过收集用户反馈和评价,直播平台可以持续优化界面设计、操作流程等,提高用户体验,满足用户需求。

例如电商主播在卖零食时,主播可以展示自己在零食领域的专业知识和经验,如了解各种零食的口感、营养价值、适宜人群等,以便为消费者提供有针对性的购买建议。主播可以现场试吃零食,分享自己的真实口感体验,让消费者更直观地了解商品的特点。电商主播也可以邀请观众一起试吃,互动分享,增加观众的购买欲望。主播可以提供一些独家优惠,如限时折扣、赠品等,激发消费者的购买欲望。同时,也可以设置一些互动环节,如抽奖、问答等,吸引观众参与,增加商品的吸引力。电商主播可以充分利用个人形象来提高推荐零食商品的有用性,吸引消费者购买。同时,主播还应注重提升自己的专业度、信誉度、互动性等方面,以提高推荐的需求性。

(二) 商品和服务调整

在电商直播中,主播的专业度直接影响商品的销售。企业应针对不同平台的主播特点,提供专业的培训和支持,以提高商品的销售效果。针对直播平台的特性,企业应优化互动体验,如增加答疑解惑、试穿试用、抽奖互动等环节,以提高消费者的参与度和购买意愿。根据直播平台的特点和消费者需求,制定有针对性的优惠活动策略,如限时折扣、满减优惠、赠品促销等,以吸引消费者购买。在直播过程中,电商主播需要与观众保持互动,提供良好的观看体验。例如,回答观众的问题、关注观众的需求和建议等。良好的互动体验有助于建立主播与观众之间的关系,提高产品推荐有用性。

例如主播在推广一款智能手机时,电商主播需要对智能手机的硬件配置、软件功能、外观设计等方面进行详细介绍。例如,主播可以讲解手机的处理器、内存、摄像头、电池续航、系统升级等方面的信息。主播可以适当对比市场上同类型的智能手机,突出推荐产品的优势。例如,在讲解一款中高端智能手机时,主播可以对比竞品在性能、价格、功能等方面的差异。在直播过程中,主播可以现场演示智能手机的实用功能和操作步骤,让观众更直观地了解产品的便捷性和易用性。例如,电商主播可以展示手机拍照功能、视频通话、应用加载速度等。

(三) 互动方式优化

电商直播平台的特性对主播推荐的有用性产生重要的调节作用。这些平台提供了一个交互性强、实时性高的购物环境,使得消费者可以即时获取产品信息并与主播互动。这种环境促进了消费者对产品的理解和信任,从而提高了主播推荐的有效

性。例如,一些平台支持高清视频直播,使得产品展示更加生动逼真,增加了消费者的购买意愿。同时,某些平台的社交网络特性也使得用户之间可以分享购物体验,这种社交证据进一步增强了主播推荐的信服力。另外,电商主播的具体操作策略在不同类型的电商直播平台上会有所不同,以适应各平台的特点和受众群体。例如,在以年轻人为主要受众的平台上,主播可能会采用更加轻松活泼的风格,使用流行语言和潮流元素来吸引观众。在此类平台上,主播会更注重娱乐性和互动性,以提高用户的参与度和购买意愿。相反,在成熟消费者为主的平台上,主播会采用更加专业和详细的产品介绍,注重产品的质量和性能,以提高推荐的权威性和可信度。

在实际操作中,电商主播需要综合考虑产品特性、目标消费者群体以及平台的功能特点,来制定相应的推广策略。这包括产品选择、演示方式、互动方式和促销策略。主播可以通过直播中的实时演示和试用,让消费者更直观地了解产品;通过答疑互动,增强与观众的联系;利用限时折扣、抢购等促销手段刺激购买行为。电商直播平台的特性不仅为主播提供了一个展示和销售产品的有效渠道,而且其独特的社交和互动功能对提升主播推荐的有效性起到了重要的调节作用。同时,电商主播应针对不同类型的直播平台和受众群体,采取相应的操作策略,以最大化推荐的效果。通过这样的综合策略,电商直播可以成为连接品牌、产品与消费者的重要桥梁。

结语:总而言之,电商直播平台类型的调节作用,可以推动相关产业链的优化和升级,比如美妆、服饰等行业,从而带动整个产业链的发展。电商直播平台类型的调节作用,有助于线上线下的融合发展,实现资源互补和优化,提高整体运营效率。

参考文献:

- [1]刘颖,李玉萍. 电商主播个人属性对消费者购买意愿的影响研究 [J]. 商场现代化, 2022, (13): 1-5.
- [2]彭宇泓,郝辽钢. 电商直播软硬信息对消费者响应的影响 [J]. 经济与管理, 2022, 36 (04): 68-75.
- [3]赵大伟,冯家欣. 电商主播关键意见领袖特性对消费者购买的影响研究 [J]. 商业研究, 2021, (04): 1-9.
- [4]叶宝文,朱奕,陈彩霞. 服装类电商直播对消费者推荐意愿的影响 [J]. 毛纺科技, 2021, 49 (06): 36-40.