

# 新媒体技术下市场营销策略探讨

邱星星

(华东交通大学经管学院 330013)

**摘要:**当前是一个互联网时代、新媒体时代,新媒体体现在生活的方方面面,新媒体技术极大地改变了人们的生活,彰显了巨大的优势。与此同时,我国经济发展迅速,各种企业随之蓬勃兴起,市场营销模式深受人们关注。将新媒体贯彻落实到市场营销策略中,可以有效的拓宽市场营销的渠道,在很大程度上也影响着市场营销的走向。新媒体技术作为市场营销策略中的一个重要工具,各种企业为了提高自身竞争力,都在不断地开发新媒体技术,将媒体技术贯彻落实到企业发展过程中。新媒体技术在市场营销中扮演着重要的角色,对传统的市场营销产生了巨大的冲击;笔者通过分析新媒体技术在市场营销策略中的优势及作用,并阐述新媒体技术下市场营销策略,希望使新媒体技术更好的运用到市场营销过程中,推动我国经济发展。

**关键词:**新媒体技术;市场营销;策略探讨;

**引言:**随着当前科学技术的不断发展,人们不断的增强对美好生活的追求,人们的消费模式也在不断的创新,从传统的实体店购物到现在的网上购物,这无不体现着我国消费市场和消费环境的进步,我国市场营销模式也受到了深刻的影响。随着我国科学技术不断进步,新媒体技术不断的得到创新优化,蓬勃地发展起来,渗透到了生活中的各处,给人们的消费观念与消费方式带来了极大的优化与创新,新媒体技术比传统媒体更具实效性且传播速度更快、覆盖面积更广,有着巨大的优势。为了满足人们对美好生活的追求,促进市场营销策略的优化与升级,提高消费者的体验感,就必须将新媒体技术融入到市场营销策略当中。本文将对新媒体技术下市场营销策略展开全面地阐述。

## 一、新媒体技术概述

### (一)概念分析

新媒体主要是借助当前科学技术发展的红利形成的一种更加高级的媒体模式,如当前的移动设备、网络电视、数字报刊等,主要借助当前的网络技术以及数字化技术。在当前新的媒体形势下,我国市场产生了巨大的变化,新媒体拓宽了市场的范围,也为消费者提供了更大的消费空间,新媒体也意味着市场拓宽到整个世界范围,进而为消费者提供了更大的消费空间<sup>[1]</sup>。在传统媒体下,市场营销的模式主要是企业扮演主导者,而用户是被主导者,市场营销的信息传递方式较为单一;但借助当前新媒体技术,信息传播的方式更加广泛,可以实现用户与企业之间的双向交流,突破了传统媒体的弊端。在新媒体下,信息传播的准确程度以及效率更高,为人们的生活带来了极大的便利。

### (二)特点分析

**第一、平等性与交互性。**新媒体技术的发展,使信息传播者与接受者的交流更加密切频繁,拓宽了互动交流的形式,形成了多元化的交流方式。信息可以从传播者发出,也可以从接受者发出,每一个群体都是信息的传播者、同时也是接受者,这就实现了信息的双向传播、双向互动,增加了交流的机会,够拓宽了交流的渠道,有利于实现传播者与接受者之间的交流<sup>[2]</sup>。

**第二、及时性与快捷性。**新媒体技术突破了传统媒体的弊端,克服了时间限制与地域限制,使人们随时随地都可以进行信息的传播;且随着当前网络技术的不断发展,人们传递信息的速度越快,可以在极短的时间内获取到自己想要的信息,这也提高了获取信息的时效性,提高了获取信息的效率,避免传统获取信息模式导致信息过时的情况。

**第三、开放性与共享性。**随着新媒体技术的发展,人们可以在

网络上进行交流、传递信息,一个人发布的信息可以被大多数人看到,这就体现了信息的开放性与共享性,无论一个人身处何处,只要借助智能设备以及互联网就可以实现信息之间的共享<sup>[3]</sup>。

**第四、融合性与大数据应用的广泛性。**新媒体技术是借助互联网发展的红利应运而生,突破了传统媒体信息交流的不足之处,将所有人连成了一个集体,拓宽了市场运营的渠道,推动市场朝着新媒体方向发展。利用新媒体技术,企业可以及时地获取市场的信息,分析其不足之处,进而及时采取相应的措施来改变市场的现状,极大地促进了市场营销策略的提升。新媒体技术的崛起给市场营销带来了巨大的机遇与挑战,因此企业要充分利用新媒体技术,将其贯彻落实到市场营销策略当中,增加企业的竞争力。

## 二、新媒体技术在市场营销中的优势

随着互联网的普及,新媒体技术展现了巨大的优势,在信息获取、发布以及产品宣传等企业营销方面展现了极大的竞争力,主要表现在以下几个方面。

### (一)传播速度快,覆盖范围广

在新媒体时代,人们获取信息更加方便与快捷,通过智能设备与网络使人们之间的沟通与交流更加方便与快捷,极大地改变了人们的日常生活。传统的购物方式需要人们去现场购物,但通过互联网平台以及智能设备,人们可以足不出户在网上选择适合自己的产品并进行购买,同人们可以在网上做出科学合理的评价,这就使顾客可以看到产品真正的质量。同时,企业也可以借助互联网这个大的平台及时地发布一些积极向上的营销信息,这种方式具有极大的目的性以及指向性,利用新媒体技术以及互联网大数据,可以为用户推广其所需要的产品,这就极大地提高了企业的营销水平,有利于企业销售产品,推动企业的发展。

### (二)成本低,收效高

通过一部智能设备以及网络资源,企业与客户可以发布相关的营销信息,这极大地降低了信息发布的成本,为营造良好的市场营销模式打下了坚实的基础。传统媒体在市场营销方面存在着一些弊端,如传统媒体无法真实准确的了解到用户所需要的东西;同时,宣传难度较大,如通过人力发传单等方式不仅效果不好、成本也高,无法形成良好的市场营销模式。借助新媒体技术,可以更加科学合理的对大众有一个更准确地了解与把握,可以根据每个用户的实际特点及需求为其提供个性化服务,达到良好营销效果的目的<sup>[4]</sup>。

## 三、新媒体环境对市场营销的主要作用

### (一)促进市场运营快速见效

基于现实调查发现,新媒体技术拓宽了市场营销的渠道,借助

新媒体技术,使营销的形式更加多样、获取信息更加方便快捷,信息可以由传播者快速地传递给接受者,进而极大的实现了信息共享。企业利用新媒体技术对自己的产品进行推销,将品牌推向大众,形成了新的营销策略,极大地促进了企业的发展,为企业的发展提供了机遇。部分企业借助某些短视频平台如快手 app、抖音 app 等,并借助“网红”的力量来推销产品,这种方式使产品推销的速度更快,甚至占据热搜的位置,进而能被大众所熟知。当前,企业利用多媒体技术进行市场营销的模式不断地更新,新媒体技术渗透找市场营销的方方面面,使市场营销模式进步较快。

#### (二) 促进企业学习和掌握运营新趋势

新媒体技术具有较强的传播性以及独立性,这极大地方便了信息的传播与交流,为信息的交互提供了一个极大的平台,这样很好地切合了当前市场较为开放的特征。但由于当前新媒体技术更新发展较快,就会使新媒体技术与当前市场营销的模式进度不一样,出现了不相匹配的情况。但在当前新媒体环境下,信息快速交互与更新,促进了消费者消费形式的多样化,这也促进了市场营销往新的方向进行创新发展。因此,企业想要提高自身的竞争力,就必须对新媒体技术进行深入的分析,了解其发展的趋势,进而为自身企业制定符合当前发展趋势的市场营销策略,这极大地提高了企业学习和掌握新的市场营销的能力,促进了新媒体技术与市场营销策略关系更加密切。

#### 四、新媒体环境下市场营销主要策略分析

##### 1) 了解新媒体运营手段变化,熟悉新媒体渠道

当前,我国处在一个互联网时代、新媒体时代,新媒体技术贯彻落实到市场营销体系中是指企业借助当前先进的设备以及互联网技术,制定符合自身发展以及符合社会需要的营销制度与营销体系,主要包括以下几点:第一,企业中的全体员工要培养良好的市场营销意识,要全面了解新媒体技术,尽可能地用新媒体技术来拓宽市场营销的渠道,使信息收集的方式更加科学化、合理化,加快推进产品的宣传与营销。第二,企业中的全体员工要创新市场营销理念,要提高人员的创新能力、提高其业务能力,进而提高将新媒体技术运用到市场营销策略中的能力。第三,企业要尽可能地统筹兼顾好各方面,增强对资源的合理配置,避免资源的浪费,促进经济效益最大化,以此来吸引更强的合作商、与更多的新媒体企业进行合作交流,使工作达到  $1+1>2$  的效果<sup>[9]</sup>。

##### 2) 强化新媒体运营力度,创新新媒体运营手段

新媒体环境较为多变,企业运用新媒体技术面对的刚好是动态变化的市场,同时经济全球化不断地加深,我国企业还面临着国际市场的压力,这导致了市场的环境较为复杂多变,因此必须要强化新媒体应用的力度,借助新媒体对营销的手段进行创新,进而增加企业的竞争力,在当前复杂的环境中能够占据一席之地,促进企业的可持续发展。

第一,企业要全面审视当前的网络市场,要对自身的运营情况有全面的分析了解,要尽可能地从中发现对市场营销有用的信息,制定科学合理的计划,以此来刺激当前消费者的消费水平与消费能力。第二,企业对市场营销进行分析之后,要将新媒体技术更好地融入到自身的产品中,进而增加产品对消费者的吸引力。第三,企业需要利用多媒体技术从收集到的资料当中分析消费者的消费能力与消费水平,了解当前市场的动态变化趋势,重视客户的地位,为企业与用户提供一个良好的交流平台,进而根据用户的实际需

求,利用新媒体技术对市场营销策略进行创新优化。

##### 3) 充分挖掘大数据,提升企业核心竞争力

当前,互联网资源极其丰富,互联网体现在生活的方方面面,利用多媒体技术使信息的传播更加多样,使相互独立的信息变得更加系统。当前,由于科学技术的发展,信息获取的渠道与效率已经得到了高度的提升,同时借助一系列有用的信息也可以有助于我们更加深入地对市场环境进行分析,进而可以制定出科学合理的市场营销策略。企业通过对收集的数据进行分析,可以从数据背后找出更符合当前市场的产品营销模式,进而可以对传统的市场营销策略进行创新优化,这也深刻表明了当前企业要借助新媒体技术的强大优势来提高自身的竞争力。

##### 4) 做好新媒体营销风险的预防

由于当前经济增长较快,且市场环境变化复杂,新媒体技术在给市场营销带来巨大的机遇的同时,也带来了极大的风险挑战,增加了市场的不确定因素。因此,企业想要提高自身的竞争力,就必须注重利用新媒体技术制定市场营销策略、加强风险防范<sup>[9]</sup>。第一,企业要促进员工形成良好的防风险意识,要及时分析风险发生的类型与风险发生的概率,并做好预防措施。第二,企业要增加对风险的监察力度,在风险发生时,要对其及时地采取措施,进而将损失降到最低。第三,企业要进行分散投资,要投资多个不联系的项目,这样可以将风险进行分散,这样风险发生的概率就小了很多,对企业的也会随之降低。

##### 5) 积极转变市场营销观念,主动占领市场

传统的媒体下的市场营销主要是通过口头宣传、传单宣传等方式,这极大地降低了宣传的效率,同时也不能向用户提供准确的产品信息,宣传商品难度也较大。借助新媒体技术,就可以有效地克服以上这种情况,增加对产品宣传的力度与效率,有利于企业及时的改变市场营销的观念,积极主动地占据市场。当前,传统刻板的营销方式已经不再适用,要利用新媒体技术充分了解用户的需求进行产品的生产,进而生产出更加符合当前用户的产品,对市场营销的策略进行优化创新,有效地提高了企业的竞争力。

#### 结束语:

综上所述,当前市场环境较为复杂多变,想要提高企业的竞争力,就必须借助新媒体技术,对市场营销策略进行优化创新,制定出符合企业发展、顺应时代潮流的市场营销模式,推动企业发展。

#### 参考文献:

- [1]秦淑娟. 新媒体视域下企业市场营销策略研究[J]. 郑州铁路职业技术学院学报,2020,32(01):48-50.
- [2]李辰杰. 新媒体环境下企业的市场营销策略[J]. 现代营销(信息版),2020(05):214-215.
- [3]郭虹莲. 利用新媒体进行市场营销的策略探究[J]. 现代营销(经营版),2020(08):174-175.
- [4]李丽. 新时期电力企业市场营销及优质服务策略探讨[J]. 企业改革与管理,2021(16):105-106.
- [5]梁珏菲. 试析新媒体背景下市场营销方式的转变[J]. 今传媒,2019,27(08):82-83.
- [6]邓玲,鹿雪平. 网络经济背景下市场营销策略的转变研究[J]. 科技经济市场,2019(10):99-100.

作者简介:邱星星(1990.3),女,江西新余人,硕士在读,华东交通大学经管学院,研究方向:市场营销。