

浅谈我国农村电商直播助力农产品营销的 对策分析

牟聪颖

(重庆电力高等专科学校 重庆 400000)

【摘要】我国农村电商在国家乡村振兴战略的指引下得到进一步发展壮大,同时也面临许多竞争与挑战。如何合理的将线上线下资源有效融合,开拓农村农产品营销新局面,需要根据自身的特色因地制宜地开展线上营销活动,结合专业化、体系化的营销团队来完成对自身IP或者产业品牌的打造与建设。本文根据重庆市万州区白羊镇柠檬产业为研究对象,对我国农村电商直播助力农产品营销的对策进行分析和探讨。

【关键词】农产品;直播;电商;对策

新时期我国农村电商的发展也应适应互联网信息时代,具体来说,在对万州白羊镇柠檬产业的营销布局的过程中,地方政府以及基本的农户、种植户应当借助线上销售的模式来提高自身的销售量,拓宽销售渠道,以此来获得更高的经济效益。

1 农村电商直播助力农产品销售的优势分析

1.1 拓宽农产品的销售广度

在新时期互联网时代以及自媒体快速崛起的大环境下,电商直播给予了传统销售模式的发展转型,而对于当前我国农产品的销售而言,结合电商直播销售模式将农产品进行线上销售、推广,借助网络流量将农产品的销售市场范围进一步扩大。此外,在新时期的电商直播体系中,大部分农户以及经销商往往入驻诸如抖音、快手、淘宝等大平台,结合成熟、稳定的交易体系,制度完善的直播平台,能够最大限度地消除地缘障碍,将产品直接链接客户。在原有的农产品销售模式中,村民往往将商品批量销售给中间商,依托中间商以及成熟的关系裙带来完成商品的销售。但是由于部分农村地区受到地域环境的影响以及中间商利益因素的限制,使得不少农副产品还面临低价或者滞销的困境,以至于相关区域的农产品不能够及时进入到客户终端。结合电商直播能够最大限度降低商品销售的门槛,结合网络时代低交易成本、信息快速传播的优势,能够有效地解决在传统销售模式中所存在的地缘障碍,并且在网络直播销售活动中,主播还能够与观众实现实时的互动,增强消费者对于相关活动的参与感以及农户与消费者之间的信任感,促进商品的销售达成。

1.2 提高产品竞争力,推动农业发展

在当今直播浪潮下,农村电商直播体系已经得到了农业生产者的广泛认可,并且在当今乡村振兴的战略背景下,对乡村区域实施专项扶持政策也迫在眉睫,结合全新的信息传播方式,人们可以通过网络信息及时了解农产品实时信息,并且还能够实现相关信息的交流、互动、共享,此类全新的营销方式便于对农产品进行合理的市场管控,

其宣传效果相对较为优异。比如在当今直播营销模式中,农业生产者可以给予消费者直观、全面的消费体验,具体来说,消费者可以通过直播营销活动来了解整个产品生产运作的过程,构建消费者对于产品质量的认同,消除在传统营销模式中,消费者对于产品质量所保有的质疑,以此来进一步提高相关农业产品的竞争力,推动农业的发展。在白羊镇柠檬种植生产的过程中,相应的营销团队可以将柠檬树选苗、培育、施肥、修枝、修花的整个过程进行直播展示,观众在看得见的品质下,能够快速地完成选购,以此来提高商品的成交率。

1.3 带动文化传播,实现乡村产业发展崛起

在当今电子商务时代,政府进一步加大了对乡村区域的扶持力度,使得大量的农产品以及土特产在政府以及电商平台的帮助下逐渐呈现在全国人民的视野中。由于新时期的直播体系具备较低的准入门槛,因此农民群众也可以在该过程中充当主播的角色,为观众全方位讲解农产品的特征,同时也向广大的观众群体展现出乡村区域的生活面貌,宣传乡村特色文化,从而进一步带动乡村其他产业的发展,助力新时期乡村旅游产业的发展壮大,从而使得在现有的乡村经济体系中诸如休闲农业、旅游农业等相关新业态产业的知名度以及影响力能够得到提升,助力乡村经济发展。

2 农村电商直播助力农产品销售的策略分析

相对于农产品传统营销方式,农产品网络营销是以互联网为基础的一种全新的营销方式,是利用其无时空性、高效率性、交互性、整合性等特点来拓展农产品的营销市场空间,也是解决农产品的“卖难”问题,提高农民收入的有效途径。未来农产品 O2O (Online to Offline) 线上线下资源融合将是发展的重点,可以提高农产品流通效率,对于平抑农产品价格、确保农产品质量安全有着重要的意义。促进乡村区域的经济在开展电商直播销售活动中还应当注重以下几个方面的事项。

2.1 合理布局引流

白羊镇柠檬产业的发展壮大依托现有的电商直播体系, 需要注重在产品布局引流方面的工作, 当前白羊镇在线上销售环节主要是依托短视频以及运营直播账号两种形式, 在此过程中白羊镇的线上销售团队应当明确当今所选取的两大直播销售平台所具备的优势和劣势, 结合抖音以及快手直播体系的规章制度以及引流特征, 完成对白羊镇柠檬产业的宣传推广, 在布局引流方面营销团队应当将目光放置在诸如抖音、快手等两大直播平台上, 完成对相关商品的直播、售卖以及售后运营。对于在直播平台上的营销销售属于广撒网的营销形式, 而在对应的电商平台上则能够进一步获取精确的流量, 借助当今电商平台的助农活动以及政府相关部门在新时期所实施的乡村振兴战略补助计划, 白羊镇的农业产业能够在对应的电商平台上获取精准流量, 能够在诸如淘宝平台的首页设立专项品牌介绍区, 以此来降低后续在引流布局过程中所投入的成本。

在完成对短视频平台以及电商平台的引流布局之后, 还应当进一步推广产业在传统移动终端设备以及新媒介、新媒体上的引流。例如, 在各大 App 平台上转载关于白羊镇柠檬公益宣传视频, 使得广大的人民群众能够更加直观、深刻地了解白羊镇柠檬产业的实际状况, 并且再融合诸如朋友圈、微博等社交交流软件, 通过定向化的信息转载活动给予特定的转载者相应的优惠, 使得产品能够实现裂变引流。而在该过程中, 无论是线上直播还是结合电商平台的精确信息投放, 白羊镇的营销团队还应当侧重打造相关区域的网络形象大使, 例如, 结合白羊镇当地的网络直播人员陈方明, 利用自身的影响力以及网络人气通过自媒体实现对相关区域农业资源的媒体变现。

2.2 直播场景特色化、专业化

在进行网络直播的过程中, 团队人员应当结合产品特点, 亲临一线的乡村生产基地, 在田野间进行直播展示, 将原生态、朴素的田园风光、田园文化以及柠檬采摘场景向顾客进行全方位地展示, 使得观众能够通过屏幕来感受到相关区域柠檬产业所带来的震撼, 以此来增加顾客对于相关产品的信任度。此外, 在新时期进行网络线上营销的过程中, 网络直播团队还应当结合全新的 VR 技术给予部分具备条件的观众群体全新的乡村田园视听体验, 使得整个柠檬产业能够有效地融入到观众的视野。在网络直播过程中, 营销团队应当尽可能给予观众感同身受的体验, 网络直播不应当只是以销售的形式而存在, 更多的应当是借助服务的形式使得广大的人民群众能够在该过程中接受到良好的购买体验, 进一步完成对乡村区域的品牌建设。

2.3 直播流程公开化、溯源化

衡量一个商品尤其是农产品的品质单独通过其外在

表象是远远不够的, 农产品在整个生长期无论前期的种子选取还是在播种过程中的精细化管理以及后续的施肥、育苗、枝叶的修剪都会对整个产品的品质产生相应的影响, 在当今农药技术快速发展的时代, 不少非法商贩为了进一步提高农产品的产量, 往往毫无节制地施加大量的农药, 并且为了使得树木能够快速生长, 相关区域也存在盲目施加农业化肥的现象, 同时相关产业若靠近工业污染区则有可能使得整个柠檬产品重金属含量超标。因此衡量一个农产品是否具备良好的品质, 还应当全方位了解其整个生产过程, 来打消顾客对于相关品质所产生的疑虑。为了使得观众能够对农产品的品质进行认可, 营销团队还应当完成对整个销售流程的动态化管控, 将整个销售流程进行公开处理, 让广大的观众群体参与到农产品的生产监督过程中, 使得农产品的品质得到进一步保障。具体来说, 每当有顾客群体下单之后, 直播团队应当挑选出特定的单号将整个商品采摘前、采摘后以及后续的打包运营整个流程进行公开处理, 使得全网观众能够进一步了解白羊镇柠檬产业的销售品质。

营销团队应当实地勘测当地的人文风俗, 了解农产品的生产特性, 结合专业化、体系化的实地调研向观众群体全方位展示出白羊镇农产品的实际状况。

2.4 流量造血, 持续输出

之前说到, 白羊镇进行相关区域的产业宣传过程中也应当结合当地的形象大使来完成对自身产业的形象宣传, 而针对网络线上营销, 单独依靠营销团队毫无目的地去开发相应的活动是远远不够的, 当地应当具备持续造血的能力。具体来说, 白羊镇柠檬产业以及相关区域应当保障自身的形象大使能够积累粉丝、人气, 完成对用户精确地营销, 借助万州区域的公共人物以及其本身所带具的流量属性, 通过人物的励志事件与产业进行结合, 构建全新的产业模范形象, 实现对粉丝的原始积累, 使得相关产业后续的营销工作具备主动性。

5 结语

总体来说, 在白羊镇现有的产业线上营销活动中, 相关区域应当结合自身的产业特色因地制宜地采取对应的营销活动, 但是在该过程中要实现对产品品牌的有效塑造, 提高品牌的影响力来实现后续的持续销售, 实现差异化竞争。电商直播是互联网营销的重要一环, 应积极应对, 主动发展转型, 打通销售的“最后一公里”。

作者简介: 牟聪颖 (1990.11—), 女, 重庆人, 助教, 研究方向: 农村电商, 互联网营销, 人力资源管理。

【参考文献】

- [1] 彭丽, 袁静, 黄洲. 扶贫政策下电商助力农产品销售问题与对策研究[J]. 中小企业管理与科技 (中旬刊), 2020 (2): 66-67.
- [2] 王玮琨. 网络直播在农产品销售领域的现状与对策研究[J]. 经济学, 2021, 4 (3): 67-69.
- [3] 严敏. 电商时代农产品网络营销渠道发展模式及对策[J]. 商业经济研究, 2019, (2): 116-118.
- [4] 吴媛媛. 农村电商直播应用发展中的对策分析[J]. 广东蚕业, 2020, 54 (10): 122-123.