

# 网红营销对服装消费者购买意愿的影响

甘美辰

湛江科技学院 广东湛江 524088

**摘要:** 网红营销作为现代营销模式的一种,极大地影响着消费者的购买意愿。本文通过网红形象、产品信息、促销互动和个性化服务等方面,对网红营销对消费者购买意愿、感知价值等消费心理的影响进行了分析,并对网红营销策略提出了优化建议,以期达到更好的营销效果。

**关键词:** 网红营销; 服装消费; 购买意愿; 营销策略

## 引言:

网红营销主要依赖于自媒体平台,且容易吸引目标类型群体的用户,具有推广成本低、对产品推广的针对性强等优势,从而能形成较高的购买意愿与用户忠诚度,最终使用户产生消费行为。网红营销介入服装行业后,为服装品牌的营销模式和营销策略带来了新鲜血液,能够帮助企业有效提升销售效率,解决库存积压问题。

## 一、网红营销对消费者购买意愿的影响

### 1. 网红营销对购买意愿的影响

网红营销能够依托强大的粉丝群体实施各类营销活动,将粉丝转化为有效的购买力。通过相关研究与分析发现,网红营销对于服装消费者购买意愿的影响因素主要包含了网红形象、产品信息、促销互动以及个性化服务等几大方面。通常消费者在关注网红时都会选择自己感兴趣的类型,而不同类型的网红在服装销售的类型选择上也会有所差异,因此对某一类型网红的关注实际上也决定着消费者在服装消费上所选择的类型,也即网红形象特点也会影响消费者对于服装类型和品牌的選擇。同时,良好的网红形象能够有效提升其受粉丝喜爱程度,鲜明的个性和一定频率的互动也能够激发粉丝的兴趣和购买欲望。其次,产品的信息和促销互动活动也能够有效吸引消费者注意力,比如针对服装穿着效果、产品自身功能特性、限时促销互动活动等,消费者往往会投入更多的关注,这些信息的适当展现也会有利于服装产品的出售。此外,网红在直播间是否会与消费者针对产品进行互动性交流、消费者在购买过程中的操作便利性、网页配置合理性和最终的配送速度等多方面因素都会对消费者的短期和长期购买意愿产生影响,个性化的服务和优质的售后保障都能够为消费者留下良好印象,促使

消费者形成强烈的购买意愿,并使其在后续在购买过程中与网红产生进一步情感联系,最终提升其购买力,并愿意长期对网红带货进行消费投入。由上述内容可以看出,正面的网红形象、过关的产品质量、有效的促销手段、个性化的服务等较为正向的内容是提升消费者购买意愿的重要条件。

### 2. 网红营销对感知价值的影响

由于网红与粉丝群体之间通常具有一定的情感联系,粉丝对于网红有一定的信任感,使得网红对某件事物的意见和观点也将会对其粉丝产生一定影响,有着粉丝意见领袖般的形象,由此粉丝对于网红所推介的商品会有更强的购买意愿。其次,网红在与粉丝进行日常互动的过程当中,通过其两者间的不断沟通,会使得粉丝的价值观与网红更为接近,这样也会对其感知价值产生正向影响。当粉丝作为消费者时,在了解了产品的利益后,会对于其做出更为主观的正向评价,从而对购买意愿产生较为积极的影响。此外,服务质量也会对感知价值产生一定的正向影响,网红营销中让消费者感受到积极的个性化服务可以间接地对其购买意向产生正向影响,能够使得消费者更乐于为网红所推介的服装买单。由上述内容可以看出,网红营销要素中的几方面均能够通过感知价值对消费者的购买意愿情况产生一定的影响,增大消费者购买概率。

### 3. 网红营销与求美动机的匹配

在消费者购买动机的分析中,一般有求实、求新、求便、求美、求廉和从众心理这六大主要动机。在商品营销中,就往往针对这些消费动机对不同消费者进行有效迎合,即针对不同目标群体的不同消费动机,采取不同的营销方式,使营销方式与目标消费群体相匹配,从而激发其购买意愿。其中,网红营销相较于其他营销渠道,能更好地展示服装的款式、搭配方式与穿着美感,与求美动机具有颇高的匹配度,因此在网红营销中常对

**作者简介:** 甘美辰(1994—)女,汉,重庆市,湛江科技学院,助教,硕士学历,硕士学位,服装产业经济。

求美动机进行重点关注，以催生更强的购买意愿<sup>[1]</sup>。

## 二、网红营销优化策略

### 1. 打造良好网红形象

由前文所述内容可知，网红作为粉丝的意见领袖，其观点和态度等能够对粉丝的感知价值和购买意愿产生影响，因此对网红自身的外在形象和内在个人素质两方面进行提升，可以使消费者产生积极、正向的体验感，并由此增强对网红的信任，从而提升消费者对产品和品牌的信任，提升其感知价值和购买意愿。外在形象方面可以通过妆容、服饰、发型、配件等物品的合理搭配来提升其造型美感，消费者带来视觉上的影响，同时也能激发其求美动机。而内在个人素质方面则需要针对网红形象定位，对其气质、谈吐、性格等方面进行塑造，打造内外兼修的网红形象<sup>[2]</sup>。拥有正能量的网红能够更好地与粉丝进行友善沟通和真诚交流，获得粉丝的青睐感，从而在后期的带货营销中赢得更多粉丝的积极消费意愿。此外，还应当注重对于情感的表达方式，礼貌对待每一位粉丝，使粉丝感受到尊重与关注，提升粉丝的心理愉悦度。

### 2. 增强产品信息展示效果

为了进一步提升消费者的购买意愿，应当让消费者更多地了解商品，真正以商品质量吸引用户下单。在商品的展示过程当中，应当针对设计理念、服装款式、面料材质、尺寸大小、可搭配方案以及价格、品牌等多方面信息进行全面的介绍，在展示中还应当特别注重对于细节之处的展现，让消费者感受到设计的特点和与众不同之处，让消费者能够全面地了解商品，真正实现利用商品优势来促使其主动下单，并维持消费者的忠实度<sup>[3]</sup>。在展示过程当中还可以适当添加相关的文字描述及图片、视频展示等多种内容，辅助进行商品介绍，尽量保证商品信息的客观真实，增强消费者信任，推动消费者购买行为的实施。

### 3. 加强促销互动

在销售过程中，还应当定期推出合适的促销活动，如转发抽奖、打折促销、满减活动、礼品赠送或发放优惠券等多种促销方式，来激发消费者的关注力度和参与热情，进一步提升双方互动频率，并且在此不断的互动过程中也能同时提升网红热度，为网红带来更多的粉丝流量。此外，在与消费者进行沟通与互动的过程当中，

不当只局限于商品和营销活动的讨论，还可涉及一些新闻或生活趣事的探讨，从而拉近与消费者之间的距离，增强与消费者的情感联系，也能够从侧面提升消费者的感知价值和购买意愿。

### 4. 提升个性化服务质量

对网红营销而言，为了使消费者在购买过程中体会到不同于其它销售渠道的消费体验，应当针对网红的粉丝消费群体制定个性化的服务，并突出其服务特点，使消费者感受到足够的诚意与重视。如为了使消费者能够在购物过程中买到更心仪的商品，可以定期与消费者进行相关沟通与讨论，了解消费者的需求和问题，让消费者感受到自己意见的重要性，同时依据消费者意见进行服装商品的选择，也能够促使消费者产生更强烈的购买意愿，进而达到双方均有所收获的效果<sup>[4]</sup>。此外，也可以根据消费者的喜好、所购买的款式及消费者个人体型信息等内容，为其提供适合的搭配参考，或可以依据消费者的个人体型信息，提供相关码数的建议，帮助消费者选购到更适合的衣物，减少退换现象。

## 三、结束语

通过对网红营销进行分析，可以发现其主要具有网红形象、产品信息、促销互动、个性化服务等几大主要要素，并与消费者购买意愿、感知价值、消费动机间均存在正相关关系。根据分析结果，提出了可通过采取相应措施不断加强网红营销要素影响，促使消费者购买意愿不断提升的网红营销策略优化建议，即可通过打造良好网红形象、增强产品信息展示效果、加强促销互动、提升个性化服务质量几方面进一步提升网红营销效果，同时也可帮助其提升市场竞争力，实现长期、持续的发展。

### 参考文献：

- [1]胡治芳，彭家莹.网红品牌IP营销对消费者购买意愿的影响研究[J].2021（2020-1）：102-106.
- [2]陈云，夏天骄.基于扎根理论的网红直播带货下消费者购买意愿的影响因素研究[J].商场现代化，2021（8）：3.
- [3]段卓冉，曲洪建.快时尚网络营销与服装消费者购买的关系研究[J].生产力研究，2019（9）：5.
- [4]魏久峰（Chiou-Fong Wei），陈泳廷（Chen Yong Ting）.探究电商网红直播新商机的影响因素[J].Nephron Clinical Practice，2018：332-341.