

试析新媒体时代市场营销转变策略

刘迎曦 吴嘉颖

宜春职业技术学院 江西宜春 336000

摘要:在我国科学技术水平不断提高的过程中,新媒体时代悄然到来,信息技术形式在各个行业中的应用越来越广泛,并且逐渐成为了日常生活和工作的主流形式。在新时期建设发展的过程中,新媒体的出现改变了人们的思维和消费方式,甚至已经有很多线下营销开始借助新媒体的发展转变为线上营销,充分体现新媒体时代发展的价值。在这个背景下,就需要结合新媒体时代的特点合理转变市场营销策略,为各个行业的发展提供更大的契机。

关键词:新媒体时代; 市场营销

新媒体时代的到来让我国现代化社会在建设发展的过程中发生了较大的转变,很多企业在开展市场营销工作的过程中都开始逐渐转变营销方法,迎合时代的发展潮流。但是在实际发展当中,还是有部分企业在营销的过程中缺乏对新媒体的了解,无法完全掌握新媒体的发展动向,在市场营销的过程中产生了一定的阻碍。所以要以科学的新媒体时代市场营销转变策略作为基础,让互联网的发展可以给人们带来更大的便利。

一、新媒体时代的特点

新媒体时代与我国传统的时代建设存在较大的区别,其在发展的过程中体现出了显著的便捷性、主动性及碎片化特点。在传统的市场营销当中,企业或者商家需要借助电视平台或者纸质报纸等方式宣传产品,而在新媒体时代,可以借助电脑、手机等移动客户端让消费者直观地了解产品信息,还能够观看视频,突破时间和空间上的限制,打破传统市场营销的局限,为人们获取信息节约了较多时间,促使现代化消费更加便捷。相对于广播和报纸这种媒介来说,新媒体时代的发展让人们可以有选择性地接受不了信息,当企业在新媒体平台上投放信息时,用户可以有选择性地挑选其想要了解的信息。企业在开展市场营销的过程中还可以根据产品的市场价值得到准确的数据反馈,充分体现产品的价值。另外,消费者在了解商品信息时还能够自己浏览某款商品,甚至可以直接产生购买行为,以主动搜索的方式为主提高市场营销效益转化率。新媒体时代下的信息内容非常繁杂,存在较强的碎片化特征,人们在了解商品信息内容的过程中可以随时在互联网上搜索,商家也可以在多媒体平台上展示商品信息。在了解有关内容时,用户可以对宽泛的内容进行整理分析,从而找到符合自己心理需求的产品。

二、新媒体对市场营销活动的影响

在当前的市场营销发展当中,很多企业都会通过新媒体渠道开展商品营销,但是在实践操作中还是会受到较多因素的影响导致最终的营销效果不佳。在新时期发展当中,利用新媒体开展市场营销活动还是需要注意其中可能产生的问题,明确具体的影响,促使市场营销活动更加符合当前社会的发展形势。就新媒体对于市场营销活动的影响来说,主要可以归结为以下三点:

第一,新媒体扮演者新兴平台的角色。新媒体与传统的市场营销模式存在显著的媒介区别,其能够让企业利用网络推广或者广告植入等方式进行宣传,从而增加企业和商品的知名度。甚至还有部分企业会利用新的网络平台制定广告,不断增强商品的宣传效果,体现新媒体作为一个新兴平台的价值。

第二,转变了市场营销观念。在现代化社会发展当中,企业更加注重的是消费者的实际需求,所以会将消费者放在主导位置上。而传统的市场营销则是需要将企业放在主导位置,在新媒体背景下,传统的格局已经逐渐被打破,其为消费者提供了更多选择的机会,加强了企业与消费者之间的沟通效用。

第三,改变了企业的销售模式和顾客的消费方式。新时期的购物方式在逐渐发生变化,人们不需要在特定的时间去特定的地点购物,而是可以直接通过网络购物的方式突破时间和地点的局限,并且能够以广泛的渠道获得商品信息,掌握主动权,从而在购物的过程中获得享受。

三、新媒体时代市场营销转变策略

1. 转变市场营销观念

在新媒体时代转变市场营销策略需要以新的市场营销观念为主,让企业在生产经营的过程中明确市场营销

创新的重要性,在新时期发展当中获得更大的契机。企业在转变市场营销观念的过程中,要把握市场的发展方向,在落实市场营销推广工作的过程中考虑将新媒体作为新的平台,打破传统的市场营销界限,以创新型理念为主,让员工在工作当中可以达到与时俱进的目的。对于市场营销观念的转变来说,最重要的就是企业需要加大员工的培训力度,在不断的学习当中投入新的工作思想和技能,迅速进入到新媒体营销市场当中,获得更大的竞争力。更重要的是,企业市场营销部门负责人要具备敏锐的市场洞察力,在新时期建设发展的过程中结合新媒体的特点迅速抢占市场先机,先发制人,提高企业的综合竞争力。

2. 整合媒体平台

新媒体时代的发展衍生了多样化的媒体平台,很多企业在发展当中都会借助新的媒体平台扩大市场营销范围,让消费者更加了解商品信息。在新媒体时代转变市场营销策略时,企业要合理整合媒体平台,借助互联网客户端开发移动应用端,给消费者带来更好的体验。企业在优化市场营销工作形式时,还需要结合现代化新媒体时代的发展需求增加手机端的信息发布和推广活动,尤其需要体现产品的主要特点,带动企业的总体发展。在选择媒体平台的过程中,要避免过于单一的平台选择,而是需要整合多个方面的网络媒体资源,同时发布与产品有关的信息,利用社交平台、娱乐平台及资讯平台等全面覆盖产品信息,最大范围地对其进行推广,扩大企业的影响力。

3. 优化内容创意

在传统的商品信息推广当中,人们逐渐开始希望能够接触新的产品信息,在接收信息的过程中也开始形成了新的阅读习惯。在新媒体时代发展的过程中,企业就需要在市场营销的过程中优化内容创意,利用网络作为主要的阅读方式,促使用户在浏览信息的过程中减少其他因素的干扰。企业在市场营销当中需要优化信息内容,挑选优质的内容增加其吸引力,同时还要注重工作人员职能体现的作用。在优化内容创意时,需要以技术人才

作为主导,所以企业要招聘专业的市场营销运营人才,让其以丰富的工作经验为企业的市场营销提供更多可行性方法,同时还能够考虑不同的销售模式,优化市场营销策略,提高消费者的购买欲望。

4. 精准定位产品

任何产品自从出现在市场营销当中就需要体现自身的特点,企业在利用新媒体技术形势优化市场营销方式时,就需要精准定位产品,尤其是在选择产品的过程中要优化销售模式,定位产品的性质和功能,使得消费者可以直观地了解产品信息,明确其具体功能,从而以价值对应的方式接收合理的价格。在定位产品的过程中,企业能够通过多媒体资源更新产品内通,同时还要以科学合理的方式加强宣传力度,在社交平台上发布与产品有关的信息,为企业的发展树立良好的形象,让企业在新媒体环境发展的过程中体现市场营销策略的重要作用。

四、结语

新媒体时代下的市场营销转变要求专业人员利用新媒体平台推广产品信息,精准定位产品,改善市场营销模式,体现新媒体的优势。企业在转变市场营销策略的过程中要明确其在现代化社会发展中面临的挑战,以新媒体平台作为基础,给消费者提供更加便利的途径和平台,正确认识新媒体的存在和发展,在企业竞争的过程中占领先机。

参考文献:

- [1]徐鑫.试析新媒体时代市场营销转变策略[J].山东纺织经济,2019(10):39-42
- [2]舒晶.试析新媒体时代市场营销转变策略[J].商场现代化,2019(17):69-70
- [3]余珺.试析新媒体时代市场营销转变策略[J].科技经济市场,2018(04):140-142
- [4]杨皓然.新媒体市场营销和管理创新策略[J].现代商业,2017(27):103-104
- [5]谭笑.新媒体市场营销策略和管理创新经验[J].湖南包装,2016,31(04):65-67