

新媒体时代企业市场营销战略创新研究

傅程华

江西青年职业学院 江西吉安 330000

摘要: 随着新媒体时代信息经济和技术不断发展,以往的营销方式无法达到市场发展的现实需要,企业对于市场营销方面的想法和做法要不断的进行改变和创新,以保证自身的竞争力。新媒体时代的市场营销需要研究新的营销方式和途径,要在已经有的市场营销的前提和基础上,规划拓展新的企业市场营销发展方向,充分运用新媒体时代的营销传播方式和技术,提升自身的竞争力,使企业更好的发展。

关键词: 新媒体时代; 企业市场营销; 战略创新

Research on enterprise marketing Strategy innovation in new Media era

Fu Cheng Hua

Jiangxi Youth Vocational College, Jiangxi Ji'an 330000

Abstract: With the continuous development of the information economy and technology in the new media era, the past marketing methods can not meet the actual needs of market development, enterprises for marketing ideas and practices to continue to change and innovate, in order to ensure their competitiveness. Marketing in the new media era needs to study new marketing methods and approaches. Based on the existing marketing premise and basis, we should plan and expand the development direction of new enterprise marketing, make full use of marketing communication methods and technologies in the new media era, improve our competitiveness, and make enterprises develop better.

Keywords: New media era; Enterprise marketing; Strategic innovation

一、新媒体时代企业市场营销的形式和特点分析

(一) 新媒体时代企业的市场营销形式

随着人们生活方式的不断改变,新媒体时代的来临让人们获取信息的途径更加多样化,而且信息覆盖面广,信息的传播速度,以往的信息接收是被动的,新媒体时代人们就可以主动接收信息,而且掌握了一定的话语权。人与人之间的沟通和交流更加方面,人们对于信息的接受也更加具有时效性,基于这些情况,企业在市场营销方面的操作会更加便利,新媒体让市场营销的方式更加丰富,可以更加直观的展示企业的产品^[1]。企业也能够

让市场营销受众群体得到更多对自己有用的信息,使用者可以把自身对产品的要求通过网络和视频互动的方式传递给企业^[2]。企业掌握了使用者的需求后,就可以更加有针对性的对他们进行服务,这样也会不断的完善企业的市场营销制度,并更好的对市场营销方式进行把握和管理。

(二) 新媒体时代企业市场营销范围更广

由于以往电视报纸等类型的媒体传播宣传形式,因受限于特定的宣传时段和宣传媒介,企业广告方面的营销信息传播范围有限,接收都这些信息的受众也有限。但随着网络信息新媒体时代的来临,企业的市场营销面更大、更广,而且不限于特定的模式和时时间,使用者可以通过网络上更多的途径来接收到这些信息,互联网上的受众群体也比较庞大,新媒体在市场营销传播这一点不但可以收集到更多的使用者的信息,还可以运用这些信息进行更加精准的营销信息投送^[3]。在云计算大数据

通讯作者简介: 傅程华,出生于1983年2月,汉族、性别:女,籍贯:江西吉安,单位:江西青年职业学院,职位:专职老师,职称:讲师,学历:硕士研究生,邮编:330000,邮箱:121809288@qq.com,研究方向:市场营销,区域经济。

的先进技术的支持下, 广告的营销方式可以根据使用者们对于某一类产品的浏览量提供给他们相应的感兴趣的信息投送, 这会让市场营销的效果达到更优质、更全面^[4]。另外, 随着新媒体时代信息的传播更加的多元化, 市场营销的方式还可以体现的更具有氛围和情境, 变的更具体, 在市场营销和广告宣传上还可以采用一些灵活的, 更有趣味性的方式进行产品推荐, 比如通过视频直播的形式, 采用轻松的语言和环境氛围对产品进行展示, 这都会引起更多使用者的注意, 增加他们购买产品的欲望, 市场营销面向的受众目标也会更准确。

(三) 使用者接收企业的信息更快速

新媒体时代, 网络信息受众群体更加广泛, 使用者们接受企业的信息也变的更加及时和快速, 使用者可以根据自己的需求, 去准确的检索到目标信息和所需要的商品, 使用者本身也可以成为企业市场营销宣传和传播的主体, 他们对于接收到的信息商品如果感到使用效果良好, 还会为企业起到一定的再营销和宣传的作用^[5]。目前, 企业在进行市场营销时, 关注点更集中在了目标受众群体, 以他们为中心, 为他们的需求规划详细的、具体的、有针对性的营销方案, 这会让使用者感到被重视, 而且更愿意去接收这些产品信息, 也得到了使用者们的肯定。由于使用者们拥有了更加方便和自由的选择权利, 那么企业在对受众群体的信息收集上会更加集中和准确, 这样可以针对目标受众群体进行有针对性的筛选, 以及对数据进行有效的运用, 对于使用者来讲也能够更加准确和快速的收集到他们想要的企业产品的相关信息。

二、新媒体时代企业市场营销战略创新的方法

(一) 规划好营销方式

企业在使用新媒体开展市场营销工作时, 首先要重视对自己企业产品各方面的革新, 提升产品质量, 可以让使用者们可以对企业更加了解, 对产品更加信任, 要树立一定的品牌形象, 扩大产品的宣传力度。企业可以运用自己的品牌形象和质量作为宣传点, 在新媒体网络上建立起与使用者交流的平台, 吸纳更多的用户。以往形式的媒体营销形式是通过纸质媒介和电视媒介进行宣传, 受众面有限, 而新媒体时代拓宽了营销面, 那么企业就可以利用新媒体大数据等信息技术, 来精准投放营销信息, 对于企业产品的使用者们, 要对他们有规划、有设计的制定相应的营销方案, 根据不同受众群体的特点采用差异化的营销方式, 对于企业来说, 目标群体是

偏向于哪个年龄段的使用者, 那么就要有针对性的设计营销文案, 要根据他们对于信息的接收度, 科学合理的, 并且符合他们的心理需要进行宣传。比如, 受众群体如果是年长群体, 宣传上要语言简洁, 并强调产品的实用性, 受众群体如果是年轻群体, 那么就可以采用一些比较流行的网络新词语, 以及产品的性能和创新设计方面, 进行产品的营销^[6]。

(二) 创新营销内容

新媒体时代, 网络信息的不断加强和提升, 使人们在应用它时变得更加便捷了, 信息的传播也更加广泛。对于新时代的市场营销人员, 需要对互联网文化和实时热点信息和新闻有一定的了解, 要制定合理的营销方案, 对于一些新兴的营销方式, 要取其优点结合自己的产品进行有效的利用, 比如现如今比较流行的直播带货方式, 这种营销方式更直接, 受众群体可以更准确的抓住自身的需求点对产品进行有效的选择, 这种方式相比于以往的电视直销形式更具有亲和力, 以及互动性, 它可以通过交流互动的方式更及时准确的吸取到用户的购买需求, 企业也可以更及时准确的给用户进行产品情况的解答, 企业也就可以随时调整自己的营销策略和方向, 把企业自身优质的产品更好的推送给需要它的使用者, 使企业市场营销做到更有互动性、更加准确、更加有效率。

(三) 运用多样化的新媒体营销方式

在新媒体时代进行企业市场营销, 网络信息可以有很大的利用潜力和价值, 企业营销团队要思考构建多样化的新媒体营销运营方式, 不断的掌握新的市场营销的方向, 在众多的互联网形式中选择一些合适的, 适合于企业自身的营销策略。由于时代的不断发展和变化, 消费者的消费理念也随之改变, 企业以单一的形式进行市场营销就很难达到预期的效果。那么, 就可以采用多样化的新媒体营销方式。企业可以根据自身企业的产品特点, 在原有的企业营销方式的基础上, 拓展一些新方式, 如建立企业公众号, 微博和企业店铺等方式开展营销宣传活动。企业还可以建立自己的官方网站账号, 安排专门的工作人员进行营销和后台维护, 每天发布新品信息和新品特点及使用方法, 有效的开展各种营销活动, 更进一步的吸引目标使用群体, 让受众群体更加深入的了解企业品牌文化, 了解企业产品特点^[7]。

(四) 多进行产品营销互动

在平时的营销中, 要在微博, 微信以及企业公众号和官方网站上, 积极的与前来参与企业产品评价的用户

进行互动,可以设计一些互动环节,加强客户对于企业产品的认识以及信任。企业要不断的拓展营销途径和渠道,加大产品的销量,从而使企业市场营销的效果更有成效。同时,企业可以根据实时热点,对企业营销文案进行创新,要把企业产品与用户关注的焦点问题相结合,让用户对产品有一个全方位的了解,要扩大企业品牌产品的影响力,配备更专业的产品技术人才和相关配套设施与企业各渠道平台用户进行有效的沟通,以达到更好的市场营销效果。

三、结束语

目前市场经济在不断的发展,新媒体时代企业的市场营销受众更广泛,互动性也在不断的加强,企业的市场竞争也更加的激烈。由于一些企业在新媒体的背景下进行市场营销时还存在着一些理念落后,投入和专业人才不足的问题。企业市场营销要在新媒体时代更加持续的发展,就需要重视企业自身内部的营销方面的革新,要紧跟时代发展,选择适合的市场营销内容和方式来加强新媒体下企业市场营销的工作。

参考文献:

- [1]贾兴红.新媒体环境下图书市场的营销发展路径研究[J].中国商论,2021(5):64-65.
- [2]杨天啸.新媒体背景下高校市场营销线上线下实践教学改革研究[J].现代职业教育,2021(50):50-51.
- [3]申思.新媒体视角下的市场营销课程教学改革与实践研究[J].知识经济,2021,577(14):161-162.
- [4]卢梦华,王欢.高职院校市场营销专业《新媒体营销》课程教学现状及优化策略[J].知识经济,2021,580(16):126-127.
- [5]魏丹丹.新媒体营销对消费释放的影响及边际效应——基于有序Probit模型及市场调研[J].商业经济研究,2020(24):56-59.
- [6]郭静,蒋文全.新媒体视野下高职市场营销人才培养质量提升策略研究[J].中国商论,2020(24):185-186.
- [7]孙伟.《新媒体营销》的特点与创新——兼论移动互联网时代高校市场营销专业人才培养模式改革[J].武汉冶金管理干部学院学报,2020,30(4):63-65.