



信息时代下的新媒体营销策略探析

李燕 山西省长治市职业高级中学

摘要: 随着信息时代的到来,以信息技术为载体的新媒体也如雨后春笋般崛起,也打破了传统媒体为主导的媒介格局,使得信息传播更加自由、传播途径更广。新媒体的出现,拓宽了营销渠道,这也无疑加剧了市场竞争,而企业要想稳定、持续、健康地发展下去,就必须认清新媒体发展形势,创新营销策略。

关键词: 新媒体;营销;创新

营销企业经营发展过程中一项重要的经济活动,其目的就是将企业的产品、服务推销出去,吸引更多的顾客,为企业带来好的经济效益和社会效益。长期以来,企业采用的是线下营销这种方式,这种营销方式在新媒体崛起的时代略显单薄。信息时代里,新媒体逐渐活跃起来,为企业的营销带来了巨大机遇。新媒体打破了传统媒体在时间和空间上的限制,使得信息传播更自由,也丰富了企业营销趋势。在新媒体崛起的时代,企业要认识到新媒体营销的重要性,积极推行新媒体营销,借助新媒体将自己的产品、服务推销出去,从而不断提高自身影响力。

一、新媒体营销的概述

新媒体营销是信息时代发展的产物,是借助新媒体来完成企业营销的一种新型营销方式。信息时代里,信息传播更加自由,市场的地域划分越来越不明显,整个世界变成了一个大大市场,而企业要想在市场中立足,就必须对现有的市场进行分析,制定科学的营销策略。较比传统营销方式,新媒体营销的优势是显而易见的。新媒体营销是以新媒体为载体的,而新媒体不受时间和空间的限制,在新媒体的支持下,信息传播更自由、更快速,开展新媒体营销,企业可以第一时间将自己的产品推销出来,迅速占领市场。另外,借助新媒体,企业可以对现有的市场进行全面分析,了解市场行情,进而制定科学的营销策略,实现营销效益最大化。

二、信息时代下的新媒体营销策略

(一) 营销观念的转变

信息时代里,新媒体逐渐成为信息传播的主流,对于受众而言,他们只要拥有一台移动智能设备,就可以随时随地地接受信息,结合这一点,企业应当深刻认识到新媒体营销的重要性,要积极转变营销观念。首先,在传统营销的基础上,积极推行新媒体营销,借助信息技术,构建属于自身的门户网站,将企业的优势、特色上传到门户网站上,以便受众可以第一时间了解到企业相关信息;其次,完善新媒体营销服务体系,坚决落实“二十四小时不打烊”服务理念,为消费者提供全面的营销服务,从而带给消费者好的体验和服务,提高消费者的

好感度^[1]。

(二) 建立以市场为导向的营销战略

对于企业而言,其营销活动是以市场为导向的,只要有市场,企业就有进行市场营销的必要,如果企业的营销没有市场,这也意味着企业是在做亏本买卖。信息时代下,新媒体营销市场由实体专项虚拟,这更要企业进行市场分析,了解市场需求。在信息技术的支持下,企业可以对现有的市场需求进行全面分析,了解市场需求,然后生产有市场需求的产品,只有这样,企业的营销才能获得应有的效益^[2]。借助新媒体,企业可以进行消费者调查,了解消费者对企业产品的看法,广泛听取消费者的意见和建议,从而不断完善新媒体营销,提高新媒体营销实效。

(三) 品牌营销

信息时代里,新媒体营销必然会成为一个个热议话题,越来越多的企业会参与到新媒体营销队伍中去,这也无形中加剧了新媒体营销竞争。对于企业而言,面对竞争激烈的市场环境,其要想脱颖而出,走品牌营销十分重要。品牌是一种无形资产,是品质优异的核心体现,是一个企业区别于其他企业的重要标准,打造属于自己的品牌,可以增强企业的市场影响力,让企业走的更好、更远。在新媒体营销中,企业要走品牌营销道路,导致属于自己的品牌,将自身的价值理念、服务理念融入到产品中去,打造独一无二的品牌,以品牌带动营销。同时,企业要借助新媒体,进行品牌宣传,将企业自身优势和特色宣扬出去,让消费者认可自身创建的品牌,从而提高品牌影响力^[3]。

(四) 组合营销

组合营销就是从产品设计、价格、推广等方面来制定营销策略,开展组合营销符合了当下企业发展的需要。首先,在产品设计中,要突出产品的个性,满足消费者个性化需求;其次,企业要了解消费者可接受的价格,结合企业产品生产成本合理定位产品价格,企业还可以通过低价位策略、差别定价策略、打折等途径推销产品,为消费者提供更多选择。另外企业要完善产品营销渠道,在线下营销的同时,推行线上营销,在推行

直销的同时,开展分销,从而更好地推销产品。

(五) 加大专业营销人才的培养

信息时代里,新媒体营销逐渐成为主流,在这种主流趋势下,人才的竞争也会愈演愈烈。新媒体营销是依托新媒体而存在的,这也对营销人员提出了更高要求,如果营销人员不了解新媒体营销特点,就会阻碍新媒体营销的发展。因此,加大专业营销人才的培养尤为重要。首先,企业要对现有的营销工作人员进行专业的培训,包括专业知识、新媒体营销能力等,全面提升营销人员的业务水平;其次,对外引进专业的新媒体营销人才,壮大营销队伍,为新媒体营销提供支持;再者,加强营销工作人员的再教育、在培训,使他们能够跟上新媒体营销发展步伐^[4]。作为营销工作人员,更要与时俱进,不断学习新知识、新技术、新方法,使自己成为一名合格、专业的营销人才。

三、结语

综上,信息时代里,新媒体营销逐渐活跃起来,成为企业进行营销活动的主要渠道。新媒体营销是建立在新媒体基础上的,这种营销方式更便捷,营销成本更低,实施新媒体营销,可以为企业创造更好的效益。基于新媒体营销发展形势,企业要转变营销理念,注重品牌营销,构建与市场为导向的营销战略,加大专业营销人才的培养,从而更好地发挥新媒体营销在企业发展中的优势,促进企业的又好又快发展。

参考文献

- [1] 王磊,王勇.新媒体的营销环境与营销策略的创新[J].新闻传播,2018(16):50-51.
- [2] 许晓芹.论信息时代下新媒体营销策略[J].卫星电视与宽带多媒体,2020(08):210-211.
- [3] 徐睿宁.浅析信息时代下的新媒体营销策略[J].明日风尚,2018(22):393.
- [4] 赵雪红.信息时代下的新媒体营销策略分析[J].新媒体研究,2015,1(01):64-65+46.

作者简介:李燕(1986—),女,汉族,山西长治人,学历本科,工作单位:山西省长治市职业高级中学,职称:讲师,研究方向:新媒体。