

新媒体环境下企业的市场营销策略

曹冬梅

(吉林广播电视大学辽源分校 吉林 辽源 136200)

[摘要] 企业传统的市场营销模式已不能适应当前竞争日益积累的市场发展环境,需要借助新媒体的及时性、交互性、开放性和共享性的优势条件,更好地宣传推广企业的产品,提高企业的市场知名度,以此拓宽企业的客户资源,提高企业的交易成单量,提高企业的市场竞争力水平,促进企业继续稳步前进。但与此同时,新媒体时代下的企业市场营销中仍然面临着一些问题,需要提出理性的措施加以有效解决。鉴于此,本文主要分析探讨了新媒体环境下企业市场营销策略,以供参阅。

[关键词] 新媒体; 市场营销; 策略

引言

随着互联网技术的不断升级,我国越来越多企业开始顺应互联网时代的要求,在日常生产生活中大力发展互联网技术。新媒体就是在互联网快速升级中发展出来的企业营销新形势。新媒体的出现不仅使企业大大减少了人工成本,还方便了消费者,让消费者可以通过各个平台认识企业,给企业提供了更广阔的发展空间。例如,各类手机App,新媒体网站等。同时,随着新媒体的不断普及和发展,越来越多的消费者通过手机和电脑进行购物和消费。对消费者而言,这样大大节省不必浪费的时间;而对于企业而言,更有利于培养准确的客户群体。因此,抓紧新媒体发展的优势,就能让企业在更科学、更安全的市场营销策略模式下发展。

1 转变市场营销理念,积极发展新媒体营销

在新媒体环境下企业的市场营销环境发生了变化,这就要求企业领导应当做好市场营销理念的转变,积极认识到新媒体营销的优势,摒弃传统落后、老化的营销理念,推动营销效果的全面提升。企业领导应当积极对新媒体知识进行学习,深入了解和挖掘新媒体知识,明白新媒体对于信息传播方式、传播渠道所带来的变化,积极树立科学的新媒体营销理念,为自身更好地运用新媒体营销做好基础与铺垫。另外,企业还应当积极引入新媒体平台,对新媒体的优势和特点进行分析,变被动营销为主动营销,将消费者的需求以及消费倾向等作为基础,对自身的产品进行创新,有针对性地进行多种新媒体营销方式的设置,不断提升自身的市场竞争力。

2 充分利用并完善新媒体营销平台

在新媒体时代,企业市场营销要想得到有效地发展,其中很重要的一点就是充分利用并完善新媒体营销平台,企业可以从多个方面出发,建设并不断完善新媒体营销平台。首先,企业应主动开辟网络市场营销渠道,在这一过程中,企业可以通过建立自己的门户网站来对自己产品以及服务进行网上展示和营销;其次,企业可以通过移动平台进行企业营销工作,其中最为重要的就是手机营销平台,随着现阶段手机用户的增多,利用手机移动平台进行营销,也是现阶段企业发展的一个重要趋势;最后,企业还应充分利用移动电视以及户外新媒体开展相应的市场营销活动,这种营销模式其覆盖范围以及服务人群较为广泛,且具有一定的强制性,对于企业品牌的推广有着非常积极的意义。

3 根据新媒体不断发展的步伐,不断创新营销模式

在新媒体时代,消费者在需求方面不仅停留在简单的产品或服务方面,更加重视的是体验式的消费,重视消费体验。为了更好的为用户提供体验式消费,企业可以借助网络技术,提供一个开放的、仿真的虚拟平台,使得用户能够自由的参与到产品的销售中,提高营销效果。例如,对于衣服的虚拟穿戴服务,企业可以建立一个虚拟的穿戴平台,让用户通过互联网平台就可以实行自由搭配,从而更好的选择适合自己的衣服。这种方式不仅能够有效满足消费的选择欲望,同时有着更高的趣味性和互动性。

在新媒体时代由于各类信息的复杂和广泛,垃圾短信的层出不穷使得消费者产生反感情绪。而借助植入式广告则可以很好的把广告融入相关的情节或者游戏当中,使得用户不会产生反感情绪,并提高品牌效应。

4 加强对新媒体市场营销的资金和技术支持

企业要学会适应新媒体时代发展趋势,必须要认识和了解新媒体对市场营销的优势,转变传统落后的市场营销观念和模式,尝试将市场营销与新媒体技术紧密融合发展,加强对新媒体市场营销体系的资金和技术支持。首先,企业在市场营销工作中要投入更多的资金,构建新媒体网络交流平台,使企业可以将自身的产品在网络上进行展示和宣传,有效开拓企业市场营销的推广空间,同时加强企业与消费者之间的联系沟通,使消费者提出对企业市场营销的改进意见,方便企业及时了解消费者的服务需求,从而更好地进行市场营销活动。另外,企业在新媒体市场营销中应该要不断提高网络技术水平,有效规避潜在的网络技术安全问题,同时可以整合归纳企业的营销信息,使消费者可以放心地浏览企业的网站、APP等,也方便消费者搜索查询企业的营销信息,提高企业市场营销效率,改善企业的市场营销效果。

5 改变传统市场营销策略

企业的良好发展需要领导者制定正确的市场营销战略组合。因此,为了顺应时代的变化,占领市场主流。各企业必须要加紧改变传统市场营销策略。目前,新媒体环境不仅在宣传方面得到广泛运用,在日常经济交往中也能起到很大的辅助作用。新媒体的出现,不仅让信息传播速度更快,还能让企业在最快最短的时间内到有效的经济支持。甚至,一些企业会通过新媒体平台进行经济合作往来。此外,消费者的需求也可以通过新媒体平台向企业反应,还能大大减少企业的宣传成本、制造成本、人工成本等。只要抓住新媒体的主要优势,了解新媒体的劣势。择优避劣发展,就能在消费者导向型这一主要生产模式中,避免成本和市场竞争带来的价格冲击。

结束语

总之,在新媒体发展时代下,企业在营销方面要及时转变营销观念和营销方式,丰富营销手段及方法,以消费者为核心,引入先进的营销理念及手段和技术,从而使得企业在新的发展时期能够在激烈的市场竞争中站稳脚跟,实现更大的发展和进步,获得更高的企业受益,创建企业良好的社会口碑和品牌,借助新媒体掌握营销的主动权,促进企业更好的发展。

参考文献

- [1] 邱寒际. 新媒体环境下企业的市场营销策略[J]. 中国管理信息化. 2019 (11)
- [2] 杨越雯. 对新媒体环境下企业的市场营销策略的几点探讨[J]. 中外企业家. 2019 (09)
- [3] 张婷婷. 新媒体环境下企业的市场营销策略[J]. 福建茶叶. 2019 (05)