

浅析直播营销在企业营销管理中的创新运用

龚诗年

重庆工业职业技术学院经济与管理学院

[摘要]随着信息技术的快速发展,互联网成为人们日常生活和工作必不可少的重要工具,也为直播活动开展创造了良好的环境。随着我国网民数量的不断增加,越来越多的直播种类出现在人们的视野之中,也为直播营销的进一步拓展奠定了良好的基础。随着人们对直播营销需求的不断增长,越来越多的商家在营销管理中引入了直播营销手段,进一步加强对直播营销的投资力度,为企业经济效益的提升提供更多支持。本文立足于企业营销管理,分析直播营销的价值,探讨企业营销管理中直播营销的创新应用,以供参考。

[关键词]直播营销; 营销管理; 创新运用

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-6288.2021.12.1964

根据CNNIC的相关报告研究显示,至2021年12月止,我国的网络直播用户已经达到70337万人,比2020年12月份时的网络直播用户数量增长了8652万,直播人数在网民的总人数中占据68.2%。同时,至2021年12月止,我国的电商直播用户已经超过4.64亿,在网民中占比44.9%^[1]。由此可见,网络电商直播已经成为网络文化市场的核心内容之一,这为企业营销工作带来了新的思路。因此,越来越多的企业将大量的资金投入直播营销之中,从而进一步推动着直播营销内在价值的不断提升,也为企业的营销管理活动提出了新的要求。

一、直播营销的价值

(一) 更丰富的玩法和形式

直播营销是企业借助各种直播平台将现场的各项商品真实、完整的展现在直播观看者面前,让直播观看者能够更加清晰的了解产品的各项功能和特性,从而实现产品的推销。在直播营销的过程中,企业可以通过各种各样的呈现形式来凸显产品的价值和作用,直播观看者也能够通过直播平台所提供的互动功能与企业进行有效的互动交流,参与到企业的直播中去。因此,直播营销使得营销的形式得到了进一步拓展,不再拘泥于传统营销模式下的线上线下广告投放,也不再仅仅依靠口碑营销的方式树立品牌形象,而是通过更加创意的玩法和更加直接的产品展示向直播观看者传递产品的内在价值,进一步加深直播观看者对产品的印象,从而树立起更加个性化的品牌形象,实现有效的直播营销。

(二) 更便利的跨界和营销

企业在进行直播营销的过程中虽然主要是为了更好的实现产品的销售,从而获得更多的经济效益。但是,为了能够让直播营销更加自然,企业往往会通过各种手段有效的降低直播过程中的营销痕迹,从而使产品的推广更加接地气。所以,企业在进行直播营销的过程中往往会采取跨界式的创意手法,与其他营销进行有效的合作推广,从而促进营销质量和效果的有效提升。例如,欧莱雅集团与Bilibili网站合作,进行了企业实习生的招募直播活动,从而实现了企业形象的有效营销推广。除此之外,例如魅族、肯德基、美宝莲也纷纷尝试与二次元进行合作进一步拓展跨界营销的范围,从而促进营销质量的有效提升。

(三) 更潮流的亲合力引领

随着社会年代的更迭,如今90后和00后逐渐成为消费

中的主力军之一。因此越来越多的企业意识到想要进一步提高营销管理的质量,就必须在年轻群体中树立其企业的潮流形象,才能够让企业产品顺利进入到年轻群体之中。因此企业在市场调研的过程中,更加专注于研究如今年轻人的消费偏好,分析年轻群体的消费心理变化趋势。在各种营销方式中,直播营销无疑是最贴近年轻群体的方式,尤其是在联网原住民这一概念迅速发展之后,越来越多的企业开始重视直播营销在年轻群体中的重要作用,也在直播营销中进一步增加了潮流元素,让年轻群体能够更加感受到直播营销的亲合力,从而让企业能够更加贴近消费者。

二、直播营销在企业营销管理中的创新应用

(一) 找准直播的准确定位,挖掘潜在用户

网络的直播形式随着网络技术的发展变得更加丰富多彩。从目前的直播平台角度来看,企业既可以借助第三方直播平台实现有效的直播营销,也可以更据相关要求建立起企业专属直播平台进行有效的直播营销。根据相关数据统计,2021年我国的在线直播平台数量已经超过300家,为直播营销的进一步发展创造了良好的平台环境。从直播的组织来看,企业可以自行负责相关直播营销的策划工作,根据企业的产品推广进行个性化的直播营销,也可以将直播营销的工作委托给第三方广告公司,从而进一步提高直播营销的专业性和针对性。从直播营销的面向群体来看,由于网络直播具有开放性的特点,因此任何一个网民都可以通过平台APP直接观看企业的营销直播,但是并不是所有观看直播的网民都是企业的客户。因此,企业在推动直播营销的创新过程中,应当明确自己的直播营销定位,并且找准潜在的用户群体,这样才能够进一步凸显直播营销的效果。企业应该立足于自身的企业文化特点和产品特色,确定直播营销过程中的具体风格和方向。直播营销同样是企业营销活动的一种方式,因此也应该在企业的品牌建设规划之中,并且是企业形成市场影响力的重要途径,所以直播营销的风格应该和企业的其他营销方式保持高度一致,这样才能够让消费者心目中形成更加鲜明的品牌形象,帮助消费者更加准确的认知企业品牌。其次,企业在直播营销的过程中应该明确具体的营销目的。在企业未来的营销活动中,直播营销将成为常态化的营销方式,因此企业需要为直播营销制定长远的规划,而不是将其看作偶然性的营销方式。最后,企业应该立足于产品的具体受众特点来制定有效的直播营销方案。不同的用户群体对产

品的侧重点存在明显的差异,因此只有按照用户群体的观看偏好和关注点,才能够找到精准营销的有效策略,才能够让直播营销的效果达到预期,从而顺利完成产品的推广。

(二) 创造新鲜的舆论话题,突出曝光亮点

想要评估营销是否取得了成功,最重要的依据之一就是营销是否加深了消费者对产品的记忆、是否激发了消费者对产品使用的兴趣、是否让消费者产生了购买的欲望。因此,企业在直播营销的过程中应该为消费者创造更多的新鲜舆论话题,从而让产品的曝光亮点更为突出。例如,奥利奥在进行产品直播营销时,邀请了明星界的段子手“南薛北张”——大张伟和薛之谦,让他们在直播平台上以地域身份的特点向直播用户展现了“北京瘫”和“上海抱”的动作,这与奥利奥推出的“双味饼干”有异曲同工之妙,凸显“双味”这一产品特色。在这一小时的直播活动中,凭借明星的号召力和创意性的直播内容,奥利奥商家和直播观看用户形成了超过300万次的互动,完成了高效率的品牌输出,并且获得了比平时高出六倍的销售业绩。在购买产品的客户中,新客户的比例占到了91%,粉丝增长也比往日高出了15倍。又如,雷克萨斯在推出新款动力轿车CT200h时,在直播营销的过程中邀请了不同领域的代表人物进行推广,以“品与智轻生活”为主题让明星、美妆博主、美食博主、健身博主、旅行博主等进行了推广宣传,紧紧的抓住了消费者的心理诉求,同样获得了大批量的粉丝关注。从上述两个直播营销的案例中可以看到,在实现直播营销的创新过程中,要始终立足于消费者的实际需求、立足于企业产品的特色优势,制定符合大众审美趋向的直播营销计划,为社会大众提供更多新鲜的舆论话题,从而不断提高企业在消费者心目中的社会形象和品牌形象,为企业市场的进一步拓展奠定良好的基础。

(三) 搭建良好的沟通渠道,链接供需双方

企业之所以需要开展营销活动,是为了让更多的消费者了解并认可企业的发展理念和产品。因此,企业在营销的过程中应该进一步拉近与消费者的距离,了解消费者的实际诉求。通过对直播营销的有效创新,企业可以借助直播平台与消费者建立起沟通的桥梁,转变过去直播营销时消费者只能被动接受的局面,让消费者能够更加深入地参与到直播中来。企业可以在直播营销的过程中为消费者提供抢红包活动,红包的内容可以是相关产品的优惠券、相关服务的免费体验机会、企业的周边产品等等,这些红包内容能够进一步激发消费者购买产品、体验服务的欲望,从而帮助企业更好地挖掘潜在用户。除此之外,企业还可以通过直播平台上的互动功能,邀请消费者发送弹幕、评论或者私信,也可以让消费者通过送礼物功能对企业进行打赏。企业可以根据用户的反馈内容及时了解本次直播营销过程中存在的问题和不足,评估这次直播营销取得的效果,以便在下次直播营销时进行有效的调整和优化,企业还可以通过用户的反馈更好地了解消费者对产品的重点关注内容,也可以了解消费者对哪些产品资讯更感兴趣。同时,企业还可以将消费者邀请到直播中来,从而进一步提高消费者参与感,为潜在用户的挖掘奠定良好的基础。例如,一汽在打造的715购车

节活动中,将购车情景视频融入到了当天的故事性直播营销之中,从而与消费者形成了实景环境下的有效沟通,并且向参与直播的消费者提供了半价优惠的活动。在这直播营销的过程中,消费者能够近距离的参与营销活动,与企业的距离被进一步拉近,能够更加顺畅的完成信息交流与沟通。

(四) 提供优质的产品服务,实现高效宣导

直播营销不仅是一种有组织的营销活动,同样也是一种系统化的营销行为。因此,企业在实现直播营销创新的过程中,应该立足于企业营销的根本目的推动直播体系的完善和规范化发展,根据企业的不同产品和不同服务内容设置针对性的直播单元,从而进一步提高直播的效率和质量。例如,企业需要在直播营销中推广新上市的产品,那么就需要从产品的预热开始进行规划,完善产品的开售流程,并且做好产品使用的展示,确保每一个环节都有特定的主题来支撑营销直播的顺利进行,从而让整个直播活动的节奏更加流畅,循序渐进的吸引消费者对新产品产生更加强烈的兴趣,提高消费者对新产品的购买欲望。又如,企业在直播营销的过程中需要推广特殊活动或企业品牌,此时就应该立足于营销的具体内容,插入营销中的关键要素和创意元素,从而进一步提高企业产品和服务的亮点与曝光度。企业在开始直播营销之前,应该通过官方账号在不同的媒体上发布直播的预告信息,为直播活动造势;在直播营销顺利完成时,企业应当及时对直播营销取得的成果和相关数据进行整理,并通过官方账号进行发布,进一步强调企业所提供的产品和服务内容,既能够加深消费者对产品或服务的印象,同时也能为下一次直播营销活动奠定良好的基础,让消费者企业的直播营销活动保持强烈的期待。同时,企业还可以将直播营销的方式与其他营销方式进行有效融合,让其他营销手段能够为直播营销的创新提供更多的支持,从而进一步拓展直播营销的覆盖力和影响力。

三、结语

综上所述,企业在开展直播营销的过程中,必须始终立足于消费者的实际需求,必须与消费者建立起良好的沟通渠道,必须满足消费者的审美趋势。在信息技术日新月异的今日,互联网的发展为直播营销提供了更多的技术支持,实现了营销成本的有效降低,能够帮助企业将产品直接展现在消费者面前,能够帮助其实现与消费者的实时互动与交流。同时,消费者的好奇心也驱使他们始终对企业的直播营销活动保持强烈的探索欲,这也进一步提升了直播营销的活动效果。因此,企业应该遵循直播营销的相关原则和方法,充分利用直播营销的客观规律实现直播营销的有效创新,用优质的产品和服务吸引更多消费者的注意,实现市场占有率的进一步提升,为企业创造更多的经济效益。

参考文献:

- [1] 李倩. 浅析直播营销在企业营销管理中的创新运用[J]. 山西财政税务专科学校学报, 2017, 19(06): 36-38.
- [2] 夏丽红, 田甜. “互联网+”时代下市场营销面临的机遇与挑战[J]. 现代营销(信息版), 2019(05): 248-249.