

# 分析微信营销在中职《网络营销》实践教学中的运用

罗志青

(江西省上饶市德兴职业中专学校 江西 上饶 334200)

**[摘要]**我国很多院校已经开通校园微信订阅号,师生可以通过众多栏目对于学校的动态以及基本状况和招生情况进行充分了解,微信也成为互动交流重要一大载体,中职院校中也产生了很多学生型微商人群,如何引导学生进行微信营销以及提高生存技能水平是值得深入思考的一大话题,同时这也是创业教育过程当中一种重大创新。本文主要是关于微信营销在中职《网络营销》实践教学中的运用研究,以供相关专业人士进行参考和借鉴。

**[关键词]**微信营销; 中职《网络营销》; 实践教学

**[DOI]** 10.12252/j.issn.2096-6261.2021.05.483

在网络经济时代背景之下,要切实做好微信营销工作,微信营销对于传统营销模式的重要改良和创新,微信在社会各个方面发挥着重大作用,同时也逐步火热起来。微信并不存在着距离上的制约和限制,用户注册微信之后就可以发朋友圈,可以和朋友进行密切联系,用户可以订阅微信公众号获取所需信息。公众号可以结合用户需求推送信息,并且商家可以在微信朋友圈或者公众号上推广自己产品,实现点对点营销,提高营销效率和营销质量。

## 一、微信营销具有的主要优势

### 1. 高到达率以及高曝光率

微信属于方便快捷的一种沟通工具,能够实现用户真正对话,同时也可以一对一、一对多进行沟通。手指间可以完成文字、视频以及图片发送,能够促使信息资料实现良好共享,让人与人之间的距离得以拉近。其中,营销的基础就是需要用户之间相互沟通交流具备便捷性,这就可以给微信网络营销奠定坚实基础以及提供绝佳的平台。

### 2. 营销成本低以及可持续性高

传统营销本身营销成本比较高,同时想要对于营销范围进行拓展速度很慢,在实际销售的过程当中基本上是以人为主,在实际发展过程当中需要投入很大资金量,风险比较大。但是,微信软件在实际应用上几乎免费,仅仅只是产生一定上网流量费用,而微信营销可以实现跨界、跨区域营销,没有地域概念,在一秒钟之内可以将销售信息遍布到市场上任何一个有着网络的地方。对于销售人员来讲,需要切实做好微信营销工作。以往销售主要依赖销售人员的作用,以销售人员为主,微信营销是以广告产品为主,能够促使范围销售得到加速扩大,同时通过微信来展开营销工作缩减实际成本。

## 二、在中职《网络营销》实践教学实现改革的策略

### 1. 运用各种媒体和渠道聚集忠实粉丝

在当前要求对于各种渠道和媒体大胆应用微信营销,要聚集大量忠实粉丝,这对于产品进行推广具有重大的意义。例如用户可以注册微信公众号或者使用微博、陌陌、QQ空间、人人网等等和用户灵活沟通和交流,也需要鼓励用户给微信朋友推广微信公众号,可以让用户发朋友圈等等,促使产品传播范围得到提升,还可以进一步增强产品以及企业自身的影响力。

### 2. 点对点精准营销

在当前网络营销过程当中需要切实做好微信营销,微信营销要采取合理巧妙技术,实现点对点精准化销售。面对着诸多订阅号以及各种各样推送信息,很多用户往往是茫然的。对于商家而言,在微信营销当中关键是好制作好微信公众号,一个优质的微信公众号往往可以吸引大量粉丝,并且可以带来大量流量,进而实现流量变现,促使产品营销迅速。但是,如何才能让用户对于自身所发布文章感兴趣实现点对点精准营销,这也是市场营销不可忽略的一大部分。

微信营销初级阶段,很多学生片面认为粉丝数量不高是造成销售量过低的唯一因素。其实,其重点在于没有对于客户的

实际需求进行洞悉,要点对点营销,不是单一对于商品信息和 service 信息进行推送那么简单,而是需要采取各种各样措施促使粉丝对于微信公众号黏性得到增强,还要获得更多粉丝关注以及转发,否则微信公众号将会成为僵尸号,毫无用武之地。通常来讲,比较良好方式就是需要经常在微信公众号上和用户进行互动,同时还应当要求公众号好内容优质化,尽量将自身产品和优质的内容相互整合在一起。

### 3. 调查市场,确保商品质量

对于当前学生来讲,有主要两大收入的来源,一方面是通过代理类产品获取收入,另一方面是代表亲朋好友获得的来源。一般来讲,学生并不对销售市场真正了解。产品价格以及类型是保障业务成功重要基础和关键。以学生为基础微型企业通常都会对于自身朋友和同学进行商品销售。第一,产品价格比较低廉,质量较好的也容易受到朋友和同学青睐。第二,基于人情关系,可以带动亲朋好友进行购买。微信营销主要是在微信订阅平台之上对于相关的产品进行发布,要求在了解市场偏好的基础对于消费者动态进行掌握,这样才能够让产品销售量得到提高,同时促使自身服务水平和服务质量得到提升,真正了解客户的现实需求,使产品销售更加顺畅。

### 4. 简短实用以及精准趣味原则

在当前微信营销的过程当中,关键是需要吸引客户。同时,要让客户对于产品保持相当大的忠诚度,为了能够提高客户的忠诚度,需要采取以下几大措施:第一,要保障形象具有吸引力,要求能够做好文字总结,充分把握用户的购买心理。第二,要保障专业性和美观性,引导客户对于文章进行点击。第三,要求能文字简短、突出,要彰显有价值信息。简而言之,需要使用准确以及简短口号激发客户的购买欲望,还需要通过有趣活动促使粉丝被保留下来,形成较稳定客源。

## 结语

综上所述,在整个市场营销当中,网络营销所占比重正在逐步的加大。网络营销会对社会经济发展产生重大的促进性作用,同时微信及网络平台发展也为网络营销带来了新的契机。中职《网络营销》实践教学活动开展过程中,需要针对教育模式不断进行改进和完善,培养出符合社会需求的网络营销高素质人才。

## 参考文献

- [1] 黄会玲. "翻转课堂+项目式教学"模式在中职网络营销课程中的探索与实践[J]. 科教导刊, 2019(05): 114-115.
- [2] 蔡宗霞. 中职《网络营销》课程中信息化手法的运用[J]. 商情, 2019(027): 210.
- [3] 曹梅, 王春旺, 李梅. 《网络营销》课程中思政元素的探索与实践[J]. 教育研究, 2021, 4(2): 119-120.
- [4] 陈晓雯. 新媒体时代下微信营销的网络消费模式研究[J]. 电子商务, 2019(002): 22-23+62.
- [5] 陈孟君. 浅谈新媒体时代下微信营销策略[J]. 现代营销(信息版), 2019(04): 216-217.