

对职业学校电子商务专业短视频营销课程建设的思考

张晓旭

济南职业学院

[摘要]随着社会的快速发展,我国科学技术已经有了很大提高,计算机技术已经渗透到人们日常生活中的各方面,实现了很多大家之前只有想象中才会出现的事情,比如可以在网上买东西,定外卖等。近几年,短视频行业越发盛行,人们可以通过短视频及时有效地看到全世界正在发生的事情,也可以通过短视频看到自己想要看的视频类型,而且很多人通过短视频进行创业,赚地人生中的第一桶金。所以,短视频营销课程可以引入到职业学校,增加学生对于如今电子商务的掌握。本文主要研究如何提高职业学校电子商务专业短视频营销课程的建设,希望对相关工作人员有所帮助。

[关键词]职业学校; 电子商务; 短视频营销

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-6261.2021.09.2203

引言

职业学校主要培养学生的专业能力,目标是可以培养学生在社会中独立自主的能力。随着社会的迭代更换,新的行业与传统行业有着很搭竞争关系,比如网络线上店与线下实体店。为了培养学生对于社会的适应能力并且与时俱进,短视频行业作为营销课程一种新兴的模式,提高职业学校电子商务专业短视频能力是很有必要的。与传统营销相比,短视频行业具有抓住消费者心理需求的作用,短视频可以通过筛选消费者喜欢的视频多次进行推荐,主要观众的眼球并且震撼他们的心灵。

1 短视频电商的内涵

短视频是由近几年突然爆发出来的,大多数在短视频开始起兴而进入到短视频的人都获得了短视频带来的红利,如今已经开始逐渐成为比较稳定的格局。但是即时是后期投入到短视频创造中,只要视频足够新颖足够吸引人们的兴趣,依旧可以在众多短视频中脱颖而出。前段时间有个新闻曾经报道过一个大二的学生做短视频月收入最高达到七十万元,也是00后比较杰出的大学生,可见短视频依旧有很大的市场,值得职业学校专门培养短视频营销。现在很多短视频通过新颖的文案,将所要想推出的产品加入到短视频创造中,观众在观看短视频的过程中也会对产品有一定的兴趣,从而成为产品的消费者,短视频的兴起已经逐渐的开始替代广告的作用,并且营销者可以通过短视频吸引眼球,增加人们对创造者的兴趣,创造者在开直播时很多人通过被视频影响,引入到直播间从而可以提高了营销的目的。工作人员通过直播的方式,现场讲解产品的使用以及详细资料,让观众对其产生浓厚的兴趣,从而购买该商品,相比传统的营销方式,不仅可以节约支出成本而且可以提高营销效率^[1]。

2 电商短视频营销的优势

相比传统的营销方式,短视频营销具有以下几个独特的优势。首先短视频营销可以向消费者传递真实,动态的商

品。很多商品由于不具有可以随时移动的特征,所以采用传统的方式营销,营销者只能通过口头或者照片的方式展现给顾客,顾客对于商品只能具有大体的意识。而短视频营销的方式,营销者可以通过小视频和直播的方式,在自己的空间里将产品真实有效的展现给顾客观察。而短视频则是通过视频镜头,动态视频向观众展示商品包含更丰富、立体的商品信息,帮助消费者直观、全面知道这个产品。例如,在销售食品时,人们可以通过短视频的方式,主播通过试吃,打开视频的包装,将视频的内部样式展现给消费者,避免了往常图片非实物的尴尬,而且主播在试吃的时候可以具体描述一下实物的味道,给消费者购买时增加更多的信息准确性,同时也会给营销者带来更多喜欢该商品的消费者。

其次,通过短视频营销可以增加销售者与消费者之间的沟通,并且在短时间内吸引更多的消费者,传统的营销方式,销售者在面对顾客时只能面对少部分的消费者,而短视频的方式可以在短时间内吸引大批量的消费者,并且如果很多对产品有兴趣的消费者会提出自己的意见,销售人员在解答的同时,也会解决大多数人的问题,这是一个反复的有效过程。短视频直播可以促进营销人员和顾客之间的沟通交流,促进消费者的购买欲望。

另外,短视频可以增强顾客的临场感,随着现在在网上购物的种类越来越多,商品琳琅满目,消费者的选择也越来越多,很容易在这么多的商品中挑花了眼,导致所购买的商品不尽人意。短视频消费者创造了一个更加具体的购物场景,可以联合剧本的形式讲产品描述出来,这种方式对于大多数产品中可以突出该产品,消费者虽然置身于网络之外,但却能与产品介绍者达成一种共识,实现实时、高效的信息传输和情感互动,不仅对营销者有很好的帮助,对于购买者也能达到很大的帮助。

3 短视频发展的实际困境

虽然短视频营销相比于传统的营销方式增加了很多优

势,但是短视频营销也存在一些困难的阻碍。首先观看短视频多数是青年人或者中年人,老年人很少会观看短视频,在营销产品时会失去老年人这一群体。根据2012年至2018年中国在线视频行业的收入结构,广告平均占总收入的50%左右,在该行业中排名第一。2018年,腾讯仅在视频领域的广告收入就达到了141.1亿元,比去年同期增长了39%。从数据中可以看出短视频通过广告所持有的收入占据很大的一部分,很多人通过人通过短视频实现受益也是通过接受广告而产生的,但是现在各个媒体所需要争取的广告比较多,像腾讯这种大公司就会占据很大一部分市场广告受益,对于短视频在接受广告这一部分有不利的影响。对于广告公司而言,短视频所能带来的收视率是产品公司是否投资的主要关键之处,所以目前短视频通过广告变现的形式比较单一,一旦不再有产品公司选择在短视频上投资广告,短视频营销的目的和水平就会降低,营销者会失去盈利来源,这也是短视频发展的最大困境^[2]。

4 短视频的发展策略

4.1 变多渠道为全渠道,实现用户的“梦想感”

提高用户体验是优化在线视频平台的重要方面之一,但是多通道体验只能满足部分用户的需求,将多通道变为全通道,当用户体验到“梦想感觉”的实现时,才能真正看到平台上自己的期望。多渠道体验模式主要包括传统媒体和新媒体两大类。对于传统媒体,利用广播电视部门和报纸集团的公信力来满足用户需求,增强用户体验。对于新媒体来说,是通过“两个微设备在一端”来逐点实现的,用户在搜索过程中满足信息需求。全渠道体验模式是为顾客提供无差别的购买体验,以满足顾客在任何时间、任何地点、任何方式的购买需求。这种时间和地点独立的体验要求平台结合尽可能多的经验渠道。很多品牌不仅有线上营销店铺,全国各地实体店也是非常多,店铺可以通过短视频的方式,将实体店中的商品进行营销推广,并且同城配送时间会短很多,实现用户的“梦想感”。职业学校可以通过培养学生学会使用短视频满足消费者的需求^[3]。

4.2 多层次内容共享

多层次共享顾名思义就是事物通过几个不同的层次,多方面的实现共享资源。其包括循环共享,共享营销,新型共享环境。循环共享指的是线上的一些视频可以通过用户在自己的手机端进行下载,营销者可以将自己的视频资源分享到互联网上,如果其他人感到比较有兴趣,可以下载进行保

存,实现网络上的循环共享。共享营销是指先让产品引起顾客的兴趣,指引顾客在网上搜索该产品,然后进行购买该商品的行为。在线视频平台这种跨网络共享资源的形式给平台带来了获利的机会和可能性,通过内容共享实现广告投资,达到社会营销的目的,突出视频平台在“共享”层面上的独特营销模式。新型共享环境是指短视频通过5G技术,达到更好的视频传递消息的能力,做到效率更高速度更快。职业学校在进行课程建设时,可以从这三个方面对于短视频给学生进行讲解,学生学会利用共享资源,达到自己的营销方式^[4]。

4.3 多领域融合发展,特殊节点内容营销

近几年,多个软件进行营销时通过活动的模式吸引消费者的眼球,短视频也可以模拟类似于淘宝的双十一活动,618购物活动等方式。短视频在特定的节日可以进行商品降价活动,为短视频营销者提供一批忠实的粉丝。它不仅增强电子商务在在线视频平台上的吸引力,而且建立一个免费的会员制度也可以增强用户的黏性。这种形式的双向吸引形成了一个全新的知识产权链,更有利于全面实现项目联动和全面覆盖资源,真正实现产品的最大商业价值。职业学校在进行短视频营销的课程建设时,可以学会其他软件的促销方式,加以改善应用于短视频的营销之中,另外学生在学习短视频营销课程建设时应该多多进行实际的锻炼。

结语

综上所述,短视频营销是一个较好的方式,职业学校在进行商务专业短视频课程的建设时,要通过短视频特有的形式,加强学生对于短视频的认识,并且从实际经验出发,提高短视频课程的整体建设。

参考文献

- [1] 刘丹. 高职学生“短视频+直播”创业模式与路径研究——以电子商务专业为例[J]. 营销界, 2020(41): 159-160.
- [2] 车宣莹. 网上商城的营销分析[J]. 管理学家, 2019(11): 28-29.
- [3] 葛云仙. 校企合作理念下高职电子商务专业实训模块化教学模式研究[J]. 农村经济与科技, 2018(12): 282+206.
- [4] 李森, 权洁. 电子商务专业项目实训课程资源建设的路径研究[J]. 湖南工业职业技术学院学报, 2019(05): 80-82.