

# 自媒体营销——电商时代的新营销思维

王玉娇

(北京林业大学 经济管理学院 工商管理专业)

**【摘要】** 自媒体营销是随着当前各种社交软件、网络社区等快速发展而出现的一种全新网络营销模式,自媒体营销也就是在自媒体平台上所开展的营销活动。本文阐述了自媒体营销的优势,并且提出了在电商时代下开展自媒体营销的策略。

**【关键词】** 自媒体 电商时代 营销

**【中图分类号】** F27

**【文献标识码】** A

**【文章编号】** 1672-7355 (2014) 23-0263-01

随着电商时代的来临,网络营销成为当前市场营销的一个重要途径,而自媒体营销也是建立在电子商务基础上的一种全新网络营销模式。传统的网络营销方法是基于市场营销之上的,营销对象、营销方法等都是依据整体市场情况制定的。而自媒体营销则不同,自媒体营销的基础是非市场营销,因而所选择的营销策略也通常是定位在非常市场影响基础上的。

## 一、自媒体营销优势

### 1. 网络用户数量庞大

我国有着世界上数量最多的网民,网络用户基础较好,这就给网络营销提供了较好的应用基础,自媒体营销的应用平台为自媒体,也就是微博、论坛、网络社交软件等。我国目前微博用户超过了3亿人,微信、QQ、各种网络社区也有着庞大的用户基础,这也是自媒体营销的一个重要优势。近年来众多企业都利用自媒体平台开展相关的营销,较有代表性的如小米手机,借助于自媒体平台的庞大用户数量,获得了较好的营销效果<sup>[1]</sup>。自媒体营销不同于传统的市场营销策略,更注重于对用户的细分,庞大的用户数量也是非常市场营销策略的应用基础。

### 2. 营销成本较低

在自媒体营销中,营销信息的传递是发生在普通网络用户之间的,例如转发微博、在社交网络平台上发布信息等等,其营销成本较低,这也成为自媒体营销兴起的一个重要优势。很多中小企业,由于缺乏充足的资源,很难大规模的开展市场营销活动,或者建设市场营销渠道,而借助于自媒体营销策略,则使得这些中小企业在营销中摆脱了资源限制。另一方面,在自媒体营销中也不需要建设市场销售渠道,自媒体营销的发展趋势更接近于“一对一”式营销,也就是在营销网络中,营销活动发生在点与点之间。例如营销信息在“朋友圈”中的扩散等等,这些特点都极大降低了企业营销成本。

### 3. 营销效率高

在网络时代的今天,信息传播的速度比以往任何一个时期都更快,传播范围也更广,借助于这一特点,自媒体营销在营销效率方面也更高,甚至营销效率比传统的网络营销效率也要高。评估营销效率的指标主要有两个,一是营销信息的传播速度、传播范围和影响人群,二则是营销行为的有效性。自媒体营销中,营销信息往往发生在一个有一个以朋友、同学、亲人组成的“网络圈子”中,因而这种信息不但传播速度更快,其营销效果也更好。近年来兴起的“微信营销”、“微博营销”等等,都体现出了自媒体营销高效率的优势,便如小米手机能够在短短几分钟内发布营销信息后获得几千万元的营业额,这种营销效率是传统营销手段所不具备的<sup>[2]</sup>。

## 二、电商时代下开展自媒体营销的策略

### 1. 正确认识自媒体营销内涵

在电商时代下开展自媒体营销,首先应当正确认识自媒体营销的内涵,自媒体营销是建立在非市场营销策略基础上,更加注重与对消费者人群的细分,在市场定位方面也有着这一特

点。因而在制定自媒体营销策略中,应当同传统的市场营销策略区别开,最大程度的利用自媒体平台优势,如庞大的用户数量,进行完善的消费群体细分,开展相应的营销活动。这也要求企业在推出商品时,在价格策略、营销手段、竞争要素方面进行相应的调整,正确把握自媒体营销内涵,发挥出自媒体营销优势。

### 2. 灵活运用各种营销手段

灵活运用各种营销手段,也是在开展自媒体营销中提高营销效果的一个重要途径,在自媒体营销中,营销手段的选择与传统市场营销方法有着很大区别,在传统市场营销中应用较为成熟的促销策略未必适用于自媒体营销。基于自媒体营销的特点,应当创新出一些更加灵活的营销手段,小米手机所采取的“饥饿”营销策略就取得了较好的效果[3]。相应的,一些新的营销理念,如体验营销等也能够自媒体营销中获得较好的应用,借助于自媒体营销平台,通过选择适宜的营销方法,能够给用户带来更好的体验,从而将用户转化为潜在的消费客户或者消费客户。

### 3. 全民营销策略

在自媒体营销策略中,每一个网络用户都是潜在的消费客户,同时,每一个网络用户都可能是营销者,这便是全面营销策略,将各种自媒体营销平台上的网络用户转化为营销者,提高营销信息的传播速度和营销效率。开展全民参与的营销策略,关键便在于应当通过适宜的方法对于营销内容进行调整,使之能够产生传播效果,例如能够引发网络用户的共鸣,促使其在不同的“网络圈子”中转发信息。同时,也可以通过一些优惠活动、促销手段等制成能够吸引眼球的短信息,借助于自媒体平台进行传播,继而起到营销作用。全民营销策略的关键便在于选择适当的切入点,充分利用自媒体平台特点,形成较好的信息传播效果,继而提高销售量。

### 结论

随着微博、微信、网络社区等自媒体平台的快速发展,基于这一平台的自媒体营销也迎来了巨大的发展机遇。自媒体营销的理论基础是非市场营销,这一营销策略在当前也有着重要的发展意义,自媒体营销有着传统市场营销所不具备的优势。例如更高的营销效率、数量庞大的用户基础、更低的营销成本等等。因而在开展自媒体营销中,也应当积极利用自媒体营销的特点和优势,正确认识自媒体营销概念和内涵,灵活运用各种手段,积极开展全民营销策略,以取得更好的营销效果。

## 参考文献

- [1] 程超,仲多. 基于自媒体的企业营销研究[J]. 时代金融, 2013,12:278-279+285.
- [2] 自媒体营销三步走[J]. 国际公关, 2012,03:83.
- [3] 武博,侯义佳. 浅析自媒体对营销变革的影响[J]. 中国商贸, 2011,06:35-36.