

社交媒体营销对电子商务平台用户黏性的影响机制

刘源 李美跃

郑州工业应用技术学院

DOI:10.12238/ej.v8i2.2307

[摘要] 随着互联网的迅猛发展和社交平台的日益普及,电子商务行业的社会化营销成为了企业提高用户粘性和扩大市场份额的重要手段之一。通过社会化营销,企业能够更好地与用户进行互动和沟通,增强用户参与度,提升品牌影响力。本文通过分析社交媒体营销的现状与趋势,阐述社交媒体营销对电子商务平台用户黏性影响的具体机制,结合实际情况,提出提升用户黏性的社交媒体营销策略建议,以期为电子商务平台的社交化运营方式及其增加用户粘性方面提供借鉴。

[关键词] 社交媒体; 电子商务平台; 用户黏性

中图分类号: F407.63 文献标识码: A

The influence mechanism of the social media marketing on the user stickiness of the e-commerce platform

Yuan Liu Meiyue Li

Zhengzhou Institute of Industrial Application Technology

[Abstract] With the rapid development of the Internet and the increasing popularity of social platforms, the social marketing in the e-commerce industry has become one of the important means for enterprises to improve the user engagement and expand the market share. Through social marketing, enterprises can better interact and communicate with users, enhance user engagement, and enhance brand influence. This paper through the analysis of the present situation and trend of social media marketing, the social media marketing on e-commerce platform user viscosity specific mechanism, combined with the actual situation, improve the user viscosity of social media marketing strategy Suggestions, in order to the e-commerce platform of social operation mode and increase user engagement provide reference.

[Key words] social media; e-commerce platform; and user engagement

引言

在数字时代的浪潮下,社交媒体已成为商业世界中不可或缺的一部分。它不仅是信息传播和社交互动的平台,更是企业与消费者之间建立联系、增强品牌认知和推动销售的重要渠道。对于电子商务平台而言,社交媒体营销不仅是一种推广手段,更是提升用户黏性的关键策略。用户黏性,即用户对平台的持续使用和忠诚度,直接关系到电子商务平台的生存与发展。因此,探究社交媒体营销对电子商务平台用户黏性的影响机制,具有重要的理论和实践意义。传统的广告模式往往以单向传播为主,而社交媒体则提供了一个双向互动的空间,用户不仅被动接受信息,更能主动参与讨论和分享,从而加深对品牌的理解和认同。因此,深入研究这一影响机制,对于电子商务平台优化营销策略、提升市场竞争力具有重要的指导意义。未来的研究可以进一步探讨不同社交媒体平台、不同类型用户以及不同营销策略对用户黏性的具体影响,为电子商务平台的可持续发展提供更为科学的

理论支撑。

1 社交媒体营销的现状与趋势

1.1 社交媒体营销的发展现状

社交媒体营销的发展现状呈现出蓬勃的活力和巨大的潜力。在当今数字化时代,社交媒体已经成为人们日常生活不可或缺的一部分,为品牌和企业提供了前所未有的机遇来接触、互动和影响他们的目标受众。无论是大型跨国公司还是小型本地企业,社交媒体平台都被视为关键的营销渠道。

从微博、微信、抖音到Facebook、Instagram、Twitter,每个平台都有其独特的用户群体和使用习惯。这些平台不仅提供了免费的内容发布功能,还通过广告投放、数据分析等服务,帮助企业精准定位目标受众,提升营销效果。除了传统的文字和图片,短视频、直播、故事分享等形式逐渐成为主流。这些互动性强、传播速度快的内容形式,使得品牌能够更加生动、即时地与用户互动,增强用户参与感和品牌粘性。