

浅谈微信营销优势及发展前景

王立影

(西安城市建设职业学院, 陕西 西安 710062)

【摘要】随着时代发展,科技进步,由腾讯公司研发的微信作为功能强大的手机交友平台,迅速普及,拥有广阔的用户群体。微信营销应运而生,但是微信营销作为新兴营销模式,其优势到底何在?在未来,微信营销的发展趋势到底如何,企业又如何抓住微信营销的核心优势,从而壮大发展?

【关键词】微信营销;腾讯;发展前景

2011年1月,腾讯公司于推出的一款通过网络快速发送语音短信、视频、图片以及文字,支持多人群聊的手机聊天软件——微信,根据微信官网发布(<http://weixin.qq.com/>)截止2013年3月,微信的注册用户已达4亿,用户可以通过微信与好友进行形式上更加丰富的类似短信、彩信等方式联系。微信软件本身完全免费,使用任何功能都不会收取费用,微信时产生的上网流量费由网络运营商收取。

随着微信用户规模的不断扩大,微信营销逐渐发力,占据营销市场的一席之地。微信营销是网络经济时代企业对营销模式的创新,是伴随着微信的火热产生的一种网络营销方式,微信不存在距离的限制,用户注册微信后,可与周围同样注册的“朋友”形成一种联系,用户订阅自己所需的信息,商家通过提供用户需要的信息,推广自己的产品的点对点的营销方式。

一、微信营销的优势

1. 腾讯公司、智能手机以及国内通信运营商微信发展基础

庞大的腾讯用户基数是微信营销的借力基础,2012年底腾讯即时通信服务活跃帐户数达到7.210亿,微信营销发展空间非常很广阔。

另外,智能手机的发展与国内通信运营商交互影响,进一步促进了微信业务的快速增长。根据CNNIC第十三次互联网络调查,截止2012年6月,中国手机网民的总规模达3.88亿,一方面得益于智能手机及3G网络的普及,根据工信部电信研究院发布的统计数据显示,2012年7月我国手机市场出货量达3875万部,其中智能手机出货量达2101万部,所占比例超过50%。而2013年第一季度中国手机搜索网民规模达到了30750万人,同比增长29.73%,环比增长5.53%,手机软件的需求供不应求。

以前,台式电脑几乎是唯一的上网设备,现在除了台式电脑,笔记本电脑、手机、平板电脑等各种设备都可接入互联网,尤其是手机上网的出现,使随时随地地上网成为现实,在等车时、在户外休闲活动时,使用手机上网的人随处可见。截至2012年6月,我国手机网民规模达到3.88亿,网民中用手机接入互联网的用户占比已达到72.2%,手机即将成为了我国网民的第一大上网终端。

智能手机不仅能够拥有PC电脑所能拥有的任何功能,而且携带方便,借助移动端优势,微信天然的社交、位置等优势,会给商家的营销带来很大的方便。

2. “一对一”的对等信息交流,微信最大程度上发挥互动性优势

微信是对等的双向关系,用户之间是对话。微信普通用户之间需要互相加好友,构成对等关系。微信的出现一定程度上替代了传统的CRM工具:email、短信、人工call center。微信具有富媒体属性,你可以发一条纯文字信息给用户,可以发带有照片和链接的文章给用户,也可以直接发语音和视频,这些都取决于营销的需要。除了“发送”以外,还可以随时得到用户的反馈,用户把对产品或进店服务体验,产品的优缺点以及需要改进的地方发给客服,客服可以进行回复和解释,形成一种方便而良好的互动,进而成为维护品牌信誉和营销品牌的一种方便的工具。

虽然前些年火热的博客营销也有和粉丝的互动,但是并不及时,除非你能天天守在电脑面前,而微信就不一样了,微信具有很强的互动及时性,无论你在哪里,只要你带着手机,就能够很轻松的同你的未来客户进行很好的互动。

3. “二维码”扫描,微信有目标明确的用户群

微信的定位功能具有其他网络营销模式不具有的区域性营销

功能。根据上年微信团队宣布的官方数据,在5000万的用户中有活跃用户2000万,而25-30岁用户估计超50%;主要分布在一线城市,多为年轻人、白领阶层、高端商务人士、时尚的iphone一族。这一强大的优势使很多企业的营销有了更好的方向,特别是针对白领的产品。据研究资料表明,每个人都有50个高质量的人脉可以利用,只要你喜欢社交,你的50个当中又能生出多少个。所以说世界是很小的。要学会把你的信息传播给你的亲朋好友,就能加快信息传播的速度。事实上,那些拥有粉丝数量庞大且用户群体高度集中的垂直行业微信账号,才是真正炙手可热的营销资源和推广渠道。比如酒类行业知名媒体佳酿网旗下的酒水招商公众账号,拥有近万名由酒厂、酒类营销机构和酒类经销商构成粉丝,这些精准用户粉丝相当于一个盛大的在线糖酒会,每一个粉丝都是潜在客户。

综上所述,微信营销的核心优势为维系老客户,开拓新客户。据统计,发展一位新客户的成本是挽留一个老客户的3-10倍;而客户忠诚度下降5%,企业利润下降25%;向新客户推销产品的成功率是15%,向现有客户推销新产品的成功率是50%;若每年客户保持率增加5%,利润将达25%-85%;60%新客户来自现有客户推荐。

微信营销的意义正在于是实现自我分裂式的推广,事实上,这也是微信营销成功关键与否的核心,如何实现这种模式,才是微信营销所需关心的最大问题。以老客户来发展新客户,这样的发展模式才是微信营销的精髓,为企业扩大规模,增加收益的同时,树立品牌形象,扩大知名度,不断发展新的客户,实现一举多得,这是微信营销最大的优势。也是为什么在现在这个营销渠道多样化的今天,企业有必要进行微信营销的原因。

二、微信营销的发展前景以及目前需要克服的问题

由于微信现在正处于初级阶段,界面设置和功能的发展虽然逐步完善,但是还没有完全满足用户的需求,在用户的应用上,软件自身上都存在一定的缺陷,都需要进一步的完善,微信现阶段主要存在以下问题:

1. 微信的安全问题。由于微信现在处于起步阶段,在网络社区里的人都形形色色,存在一定的安全问题,并且微信没有安全监督中心,很多方面的存在安全漏洞,由于微信营销没有一个安全的支付平台和法律保障体系,在微信过程中产生的交易存在一定的风险性和安全隐患,所以为了保证交易的安全,应该引进第三方支付或与银行合作等,比如引进财付通,确认交易环境的安全性。

2. 微信产生信息的真实性没法识别,不能确定信息的有效性,这样就造成用户可能上当受骗,由于微信没有明确的信息监管中心,造成信息的不确定性和虚假性,容易引起用户的怀疑和质疑,所以应该设置相应信息安全中心,来监督信息的安全和真实性。

3. 微信营销受地域限制,不能很好的广泛传播,由于微信传播主要借助微信的定位系统,这就限制了微信营销的区域性,所以为了更好的服务用户,可以开发出相应的企业版本和商家版本进行营销,这样可以更好更准的进行营销。

4. 微信的发展速度太快,软件自身还存在缺陷,比如在塞班系统中添加好友多会出现卡的现象,这样就对电子商务的微信营销产生了影响,错失了一些顾客群体,并且微信本身对于系统平台有很多时候会出现故障,这样基础实施都不稳定,开展起电子商务营销有很大的苦难,所以应该优化软件,以用户为群体创造出更好的更精准的软件和功能。

尽管微信营销还不完善,但是作为一种新兴的营销方式,有着众多功能与优势,能够为客户提供方便,因而微信逐步成为了人们的一种移动社交网络,它不仅支持语音短信及文字短信的交互,用户还能通过LBS(基于用户位置的社交)搜索身边的陌生人与其互打招呼,打破熟人社交的固化模式,将您身边的人集中在一个平台中进行互动,大大颠覆了传统社交渠道,因此,通过微信开展网络营销已经越来越受到人们的重视和使用。

开展微信模式的网络营销,主要是借助微信的各项功能,以

及通过微信搜索到庞大的好友群体;微信让企业足不出户就可以锁定企业的潜在客户群聚集地,利用微信营销系统向潜在客户群即时发送文字、图片、音频甚至是视频等。它才有可能成为更加基础的业务,并有条件构建强大的生态圈,微信营销由此开辟了一个营销的新时代。下面来简单谈论一下微信营销的发展前景。

在国内,微信已经深入人们生活的方方面面,具有超强的实用性。在境外,2011年4月,微信以英文名WeChat正式进入国际市场;同年10月开始支持繁体中文语言界面,增加中国香港、中国澳门、中国台湾、美国、日本五个地区的用户绑定手机号,加入英文语言界面;12月实现支持全球100个国家(地区)的短信注册,语言版本不断增加……微信的产品迭代,勾勒出一条清晰的国际化轨迹。据微信项目总监刘乐君介绍,微信将在美国、东南亚等地建设数据中心,以加快响应速度,进一步提升用户体验。

从微信的推出,到零资费、跨平台、拍照发给好友、发手机图片、移动即时通信等功能的研发,再到微信4.0版本的发布,腾讯在微信业务上的布局越来越广。微信正在从单纯的聊天工具变成移动社交平台,而微信在用户看来是社交平台,在腾讯看来则是贯穿QQ、邮箱、腾讯微博的平台,腾讯的平台,腾讯想借此微信联系内部众多品牌强化其关系链,微信是五大社交关系集合体,QQ离线消息、Qmail是引爆其用户增长的关键,而LBS陌生人交友,又触发了很多人内心深处对陌生的新鲜感,如果说QQ离线消息、Qmail是微信用户的正餐,那么LBS交友则是饭后甜点,

(上接第260页)投保意识和投保的自觉性起到积极作用。

4. 威胁分析

① 地方政府、环保部门的威胁

有些地方环保部门认为环境保险是保险监管部门和保险公司的事情,并且可能使得其他相关部门介入环境管理事务,从而削弱环保部门的权力,还未充分认识到其重要性和作用。

② 企业方面的威胁

有的企业虽对环境保险有一定认识,但囿于其自身经济利益的考虑,积极性仍然不高。一旦发生突发环境污染事故,企业即使采取积极措施,也免不了受到处罚或者停产整顿,有时停产损失远大于事故损失;如果采取措施不当,企业赔付能力不足,造成的后果还有政府兜底,企业很难意识到投保的积极作用。

③ 保险公司方面的威胁

对于保险公司而言,他们往往采取审慎的态度。虽然他们根据国外的经验也能看到蕴含的巨大商机,但看到像松花江、沱江水污染所造成的巨大损害,保险公司普遍对环境污染谈虎色变。

(上接第261页)生的必要性,制定相关政策,加大对大学生职业生涯规划方面的教育经费的投入。另一方面,高校应加强宣传力度,完善职业生涯规划课程设置,纠正和改变大学生对职业生涯规划的认识,使得每一名大学生都能了解职业生涯规划对于自身发展的重要意义。

4.2 完善健全课程体系

各高校应该成立以就业指导中心、管理学生工作的教师为主的职业规划教育队伍。同时还要建立和完善职业生涯规划课程体系,必要时可以对学生进行考试考核,以了解学生对职业规划知识掌握的程度并对课程教育进行更有效的改革和建议。

4.3 用人单位与学校一体化

用人单位与学校的沟通是必不可少的,许多高校也与多家企业有着“一体化”的联系。大学生职业生涯规划的真正意义需要实践的验证,通过在用人单位的实习可以验证自己的职业生涯规划的成效。学校应该与用人单位保持着毕业生就业后的联系与合作,这样有利于及时的对大学生在工作岗位上表现进行反馈,有利于对以后的职业生涯规划起到很好的示范及引导作用。

5. 结语

学校是大学生们的摇篮,在学校里大学生将自己武装起来,为的就是成为足够有能力在社会中立足的个人。面对现在这个愈发激烈的就业竞争时代,大学生能够做好自己的职业生涯规划已迫在眉睫,掌握了这个能力,就如同把握住了在这场战役中的一把利器。当然人的生命是有限的,而一个人的职业生命更是短暂。如果大学

常吃会腻烦。于是,微信开始走向开放平台,希望通过服务用户生活,实现产品的真实价值,以期长远发展。通过微信进行营销更大程度的推动了电子商务的发展,使电子商务更加的深入到生活,目前微信正处于初级阶段,还有很大的发展空间,微信的出现势必会加速电子商务的发展。

目前微信营销尚处于完善当中,但很多眼光敏锐的商家已经着手该功能的使用,相信随着互联网市场的发展,它会给互联网营销领域带来重大的改革和突破。媒介即讯息,新的信息传播媒介的产生改变了人类的生活方式和生存方式。在媒介融合的背景下,微信因其强大的功能赢得了用户的青睐,成为了个人社交网络及信息传播的一个重要工具,微信的信息传播模式代表了未来社交平台发展的走向。当下,即时通讯应用软件的发展,使得那些已经涉足微博的门户网站和社交网站纷纷在抢夺用户资源的利益驱动下,主动探寻其盈利模式。

参考文献

- [1]周璇.以微博为媒介的新型电子商务模式分析[M].武汉:中国商办工业杂志社,2011.
- [2]谭小芳.微信营销成功之道:腾讯擅长“微创新”[OL].http://oxford.icxo.com/htmlnews/2012/04/17/1445629.htm.2011.
- [3]王斌.浅谈微信快速增长的根本原因[OL].http://wbguancha.blog.yidaba.com/.2012.
- [4]望月.微信及类kik模式[OL].http://wangyueblog.com/2011/01/26/weixin-kik/.2012.
- [5]王见易.彻底颠覆保守社交模式微信将进行到底[OL].凤凰博报,2012.

四、我国环境污染责任保险营销环境的策略

基于上述SWOT分析,并结合我国环境责任保险发展的现状,优化我国环境污染责任保险营销环境适宜采用S0策略和W0策略。S0策略即突出优势,抓紧机遇:①紧跟发展低碳经济步伐,大力倡导绿色保险机制;②建立部门联动机制,明确权责划分,形成推动环境责任保险工作的强大合力。W0策略即:①加快环境责任保险的立法工作,完善环境责任保险法律体系;②实现参考因子多样化,准确划分企业风险等级;同时加快保险业技术改革,实行弹性费率,加大对新市场的开辟力度;③抓住有利时机,运用财政、税收等手段,引导企业开展技术创新,推动清洁生产和污染减排。

参考文献

- [1]李澎.环境污染责任保险浅析[J].现代企业文化,2009(27).
- [2]熊结.环境污染责任保险理论综述[J].商业经济,2008(9).
- [3]王晓江,祝晓光.环境污染责任保险[J].世界环境,2011(2).
- [4]何燕.完善环境污染责任保险护航“两型”社会建设[J].环境保护,2011(16).

生在结束大学生生活时,还是一张对社会、对职业茫然稚气的脸,那就等于大学四年无论在时间上还是精力上都是极大的浪费。

基于中国教育,现代大学生普遍现象便是跟着模式走,缺乏了自我创新与自我规划的意识。而现代大学生不可缺少的大学生职业生涯规划恰恰需要的是这种意识与能力。只有制定好了目标,才会有明晰的前进方向。当然,计划的作用和意义是通过实践体现的。如果只是纸上谈兵,也终究是竹篮打水一场空。现实是不断变化,时代是不断更新的。大学生在规划后付诸实践时,还需要灵活的顺应时势。在按照规划的路向前走的基础上,要根据实际情况更改前进的步伐。只有这样,在规划中一步一个脚印,同时灵活应对职业中任何问题,才能使大学生职业生涯规划的作用与意义升华,才能够最大限度的将自身付出的努力转化为日后成功的基石!

参考文献

- [1]那亮,王芳.从市场视角“透析”大学生就业难[J].山东省青年管理干部学院学报,2006,11(55).
- [2]刘佳.浅析大学生就业困境与对策[C].长春:教育论坛,2011.
- [3]郑岩.高校旅游管理专业大学生就业意向形成机制研究[J].大连干部学刊,2008,23(10):38-39.
- [4]王超.大学生——做好你的职业生涯规划[J].职场人生:大学生就业.
- [5]尹湘萍.大学生职业生涯规划教育的现状与思考[J].考试周刊,2009(39上):189-190.

作者简介:刘婷婷(1992—),女,安徽淮南人,大学本科,现就读于安徽财经大学管理科学与工程学院2011级计算机科学与技术专业。