

Discussion on the Influence of E-Commerce on the Future Marketing Mode

Haidong Fan

Xuhai College, China University of Mining and Technology, Xuzhou, Jiangsu, 221008, China

Abstract

With the continuous development of economic society, the development of network communication industry is in rapid change, the most representative of the emerging industry is "live", live at the same time of passing information, also makes the traditional market marketing industry has received the unprecedented impact, for the future marketing way also play a huge impact. In the face of the aggressive new network media, the whole market will more or less resist and escape from reality. However, in China's media industry, an integrated media body belonging to the network, new media and economic trade is gradually forming and self-regulating.

Keywords

e-commerce; future marketing methods; publicity and promotion

浅谈电子商务对未来市场营销方式的影响

范海东

中国矿业大学徐海学院, 中国·江苏 徐州 221008

摘要

随着经济社会的不断发展,网络通讯行业的发展也在发生日新月异的变化,最具代表性的新兴行业就是“直播”。直播在传递信息的同时,也使传统的市场营销行业受到了前所未有的冲击,对未来市场营销方式也产生了巨大的影响。整个市场在面对来势汹汹的网络新媒体时,或多或少都会有抗拒和逃避现实的想法。但是,在中国传媒行业里,一个属于网络、新媒体和经济贸易的融合媒介体正在逐步形成和自我规范。

关键词

电子商务;未来市场营销方式;宣传推广

1 引言

网络新媒体的发展并不代表传统的销售营销方式完全被取代,依旧占为主流的传统市场营销方式也无法取代电商的市场,二者的关系并不是“有我没你,有你没我”,而是“你中有我,我中有你”。近几年,二者的协同发展给传媒行业带来了光明的前景和方向。以芒果TV为代表,传媒行业注入了新的活力和想法,这考验的不仅是开发的勇气,还有运营的技术、维护的难度,促使更多的消费升级和改变。

2 新时代电子商务的发展现状

2.1 多家自媒体对商品进行网络制作与推广

在疫情期间,民众大部分被要求居家隔离,他们对媒体

的依赖性和关注度就会迅速提升,很多信息的掌握都来自于自媒体而非官方媒体。自媒体平台承担着电商的重担,如利用抖音、快手、新浪等客户端在疫情期间制作和推广了许多相关作品,提升了商品的宣传和推广速度,带动全社会形成了“同心抗疫,居家消费”的良好风气。有许多一线记者和自媒体平台的负责人,结合相关医疗最新信息,制作小视频、网络电影等,旨在塑造打动人的真实故事,建立良好的社会凝聚感,在实现经济效益的同时,也实现了社会效益^[1]。

2.2 以主流传播方式为中心,多种传播方式为途径

首先,在相关电子商务活动的推进过程中,出现了许多有关“扶贫”的农产品的身影。官方媒体负责人实时收集贫困地区的新闻素材,进行记录或拍摄,同时也出现了外卖小哥、快递员、农民等的身影,作为之后报道的重要资料,给予消费者和大众最真实和准确的互动和反馈。

【作者简介】范海东(1999-),男,中国河北张家口人,本科在读。

其次,相关平台还会对线下种植及收集作物进行日记式记录,提高了产业的整体形象,提高了产品的口碑^[2]。另外,在生活中,不难发现的是,很多品牌建立了相关的微信公众号,主要利用网络平台的有利条件,发布品牌设计的各项通知,将消息进行快速传播。这充分发挥了网络信息技术的时效性,满足了消费者对于产品信息的要求。

最后,公益广告及线上电商宣传节目起到了传播的良好效果,“以人为本”是公益广告和各大卫视进行线上宣传的主要原则,在整合营销传播的指导下,很多公益广告起到了很好的教育作用。因此,创新是吸引用户目光的重要手段,大多数线上销售平台宣传海报综合了文字、漫画以及二维码,是多种传播媒介的综合利用。

2.3 电子商务发展现状

新时期,企业在发展过程中面临复杂的经济环境,需要有效评估风险,制定更加科学合理的营销战略,及时加强企业营销防线,从而更好地规避可能遇到的各种风险,促进企业在新时期的发展。在企业的日常管理过程中,要注重归纳和分析市场交易信息,立足市场需求进行定位,根据需求关系制订营销方案,更好地开展市场营销。随着电子商务的快速发展,各种网络技术和大数据技术被广泛应用于市场营销中,极大地促进了市场营销的发展。通过大数据技术,企业能分析客户的喜好,用数据挖掘客户的潜在购买需求,及时推荐相关产品,激发用户购买兴趣。另外,信息系统的应用还能对用户群体进行分类,根据用户的属性信息推荐个性化产品,通过用户的年龄、性别、购买习惯以及消费水平等信息有效划分用户,从而更好地提高个性化服务水平。在经济常态化发展的今天,企业要合理利用线上和线下资源,结合用户购买需求制订最佳的营销方案,从而更好地促进企业在经济新常态下的健康发展。

3 电子商务对未来市场营销产生的影响

3.1 弱化了中间商的影响

在中国的传统交易模式中,中间商的重要性不言而喻。但是,在电商的大环境下,交易实现了虚拟且安全的要求。在这样的环境中,交易的模式也更加多元化,使国际贸易更加便捷,极大地提高了消费者的选择权。通过电子商务平台,消费者能了解产品的成分和相关过敏物质,提升了安全系数^[3]。同时,弱化了中间商的影响,消费者实现了提升性价比

的目标,实现了双赢。一方面,网络平台的发展为电商的升级提供了渠道,一些视频号、公众号、订阅号里面有丰富的资源和便利条件,拉近了现实生活与新媒体发展的距离。另一方面,微信不再是一个仅仅用来通讯的工具,而是一个多媒体介质,一个文化交流和传播平台,舆论风向引导的成功与否也体现在各种评论和转发上面,激励平台与用户更加趋向信息化和现代化。

3.2 促使行业规整化、透明化

俗话说,“无规矩不成方圆”,每个新兴行业都存在着或多或少的行业乱象,但是市场并不会因为存在时间的长短而去顾及这个行业的。论文前面也提到,直播作为网络新媒体的一股新浪潮,在游戏直播、网络购物、才艺输出等方面有许多忠实的追捧者和狂热的爱好者。但是,在这个行业的规则没有完全建立起来的时候,有些人就会钻法律的空子,非法售卖三无产品,诱导粉丝网络暴力他人,一些带有色情暗示的主播甚至也出现在平台中^[4]。现如今,手机用户的年龄逐渐趋于低龄化,网络新媒体一定要重视这些问题的存在,加大整治力度,净化传媒环境。

3.3 改善了未来市场营销的发展方向

随着经济的发展,每个人的生活中都不可缺少智能手机,享受忙碌生活过后来之不易的闲暇时间。科学技术的发展也打破了终端设备之间的壁垒,蓝牙连接、电视投屏,让许多家庭感受到了科技的魅力。同时,在以短视频和推文为主导的APP中,出现了网剧制作、偶像养成计划,这使媒体融合得到了新的突破和进展,许多明星代言和同款商品更是带火了一个又一个单品,那个“用手机只能编辑短信,拨打电话”的时代已经过去了,取而代之的是随时随地线上实时交流,电视屏幕下方也早已悄悄出现“微信摇一摇,购买同款”的字样。实际上,生活已经悄然改变了模样。在未来的行业中,既要注重技术的研发,更要注重人才的培养,形成人才主导、技术护航的新营销模式。

4 电子商务发展中面临的主要问题

4.1 监督机制不健全

在直播平台生存和电商发展的道路上,激烈的市场份额的竞争使部分企业在没有建立明确的监督体系的情况下就开始生产和运行。有些企业则为了应付上级的监察,迫于无奈建立了监督管理部门,但却形同虚设,没有起到监督的作用

和效果^[5]。就现在的发展情况而言,很多企业缺乏配套的商品检测方案,这就导致工作人员忽略了对于经营生产运行中的细节操作的关注,严重影响了电商行业的发展进程。

4.2 执业人员不专业

相关企业应该重视培养员工的责任意识,加强操作人员技术培训力度,培养员工对待工作的热情及责任感以及归属感,从而提高整个电力行业的水平。

俗话说,“工欲善其事,必先利其器”。要想满足大众对电商行业的期待,就必须从操作人员入手,加强对生产人员及操作人员的技能培训。其目的就在于优化系统操作人才,提高技能和操作水平,建立健全主播人才培养体系,更新劳动知识和水平结构,提升管理人员的工作效率。

5 结语

在科技迅速发展的今天,“互联网思维”不再是一个晦涩难懂的词语,而是体现在生活的方方面面的现实要求。“互联网+”是时代赋予这一代人的新要求,互联网与传统

媒介、网络新媒体与电子商务等都是如此。在日后发展中,我们要重视电子商务带来的转变,迎合市场变化,完善市场监督管理机制,加强执业人员业务能力与专业素质的考核与培训,只有牢牢把握住市场的营销方向才能实现真正的现代化服务。

参考文献

- [1] 赵平. 浅谈电子商务对未来市场营销方式的影响[J]. 现代商业, 2018(09):24-25.
- [2] 向林双. 电子商务对未来市场营销方式的影响探究[J]. 现代营销(经营版),2018(11):110-111.
- [3] 陈思, 徐子胜. 电子商务对未来市场营销方式的影响探究[J]. 农家参谋,2020(24):258.
- [4] 谢解莲. 电子商务对未来市场营销方式的影响[J]. 商场现代化, 2020(15):36-38.
- [5] 孙颖晖. 浅谈电子商务对未来市场营销方式的影响[J]. 现代营销(下旬刊),2019(01):58.