

直播带货驱动下企业市场营销的发展策略

◇ 卓越 李泽翼

随着时代的进步，互联网产业的快速发展已经成为一种重要的商业模式。“营销”则成为企业与消费者之间沟通的重要渠道，既可以将信息传达给消费者，也可以以更加精准的方式将产品呈现给消费者，从而使用户更加深入地理解品牌。随着科技的进步，传统的媒介已经难以满足当今消费者的需求。因此，网上直播成为一种新型的营销方式，市场营销将传统的商业模式与现代的社会生活相结合，从而极大地提升了消费者的体验，并且给消费者提供了更多的选择。企业面临着巨大的机会和挑战，而在当今网络广播媒体环境中，如何有效地利用商业传播理论，以实现有效的产品宣传，就显得更加重要。

随着科技的进步，许多新的电子商务模式，例如直播、明星带货、代言代售，已经开始在市场上流行。这些模式通过与客户进行亲密交流、进行面对面的视频聊天以及进行模拟实验，帮助消费者获取更好的产品，并且促进了销量的增长。随着网络直播的迅猛发展，新型网络直播活动也变得愈加频繁，而在蓬勃发展的同时，其潜藏的安全隐患却愈加凸显。今天，直播带货的重点在于如何改善消费者的购物体验，提高行业的标准化水平，制造出更加优质的产品，并且提供更有价值的服务，让消费者能够享受到更加舒适的生活，同时也要防止由此而导致的质量和售后问题。

一、基于直播的网络营销特征分析

（一）较强的即时互动性

通过即时互动，用户能够更加便捷地与直播人员交流，这使得网络营销成为一种独特的方式。相比于传统的销售模式，这种方式更加灵活，因为用户可以自由地根据自己的偏好来搜索相应的关键字或标签，从而决定是否观看。如果用户的参与度较低，商家就无法准确地把握消费者的真实需求，也无法及时响应用户的需求，从而影响其宣传效果。当前，直播营销技术使得用户能够更加便捷地进行沟通，用户可以随时随地观看直播，发表自己的想法，用户的参与感得到了增强，进而使营销的成功率得到了提高。

（二）非常广泛的传播范围

随着科技的飞速发展，实时通信技术等多种技术手段的应用，使得网络直播得以普及，极大地提升了传统媒体的交互性和创新能力。由于需要消费者耗费更多的精力和资源，因此传统的营销模式已经不再适用。如今，通过直播间，用户可以轻松获取所关注产品的信息，并且能够与发布者进行即时的交流。这些直播内容可以被保留下来，方便日后查阅，而且传输媒体的高效率和便利性也能够大幅提升二次营销的成功率。

（三）实施精准的营销方式

过去，由于缺乏对广告成本的充分考虑，广告商只能依靠观察访问次数和追随者人数来评估广告效果。随着市场上产品的丰富，用户的需求也在发生改变。为了满足这些需求，许多公司开始把内容进行垂直分割，并将其划分为若干部分。这导致数据传输的延迟。实施精准的营销方式不仅满足了“想什么时候看就什么时候看”的要求，而且具备了多次重播的功能，同时还支持用户随时发布自己的观点。因此，企业可以充分发挥其独特的优势，快速采取有效的行动，进行产品的宣传，并在最适宜的商业环境中进行有效的营销。

二、新媒体时代背景下直播带货营销方案

（一）KOL 营销

KOL（“关键意见领袖”）是一种具有极强的社交能力的人，这类人员能够提供更加精准、全面的产品信息，被相关群体所接纳、信赖，并能够对其他用户的购买行为产生深远的影响。随着新媒体的兴起，KOL 已经成为营销过程中不可或缺的一环，KOL 能够以极强的社交能力、广泛的影响力将消费者与品牌联系起来。通过邀请 KOL 参与直播，可以将观众的口碑转化为一种专业的品牌形象，从而获得更多的粉丝。KOL 也会在直播期间发布与该话题相关的内容，从而增强品牌的知名度和影响力。KOL 营销模式可以让消费者获得品牌联想，而不是像“带货”那样牺牲品牌价值，只为“带货”而“带货”。这种营销方式可以将直播过程中的人气指数转化为信用指数，从而在当今天新媒体时代建立起持久的竞争优势，并获得独特的能力和资源。“带货”直播节目正在迅速发展，KOL 营销已成为一种流行趋势。

（二）场景化营销

随着“带货”的热播，场景化营销已经成为一种全新的商业模式，市场营销可以让观众在具体的环境中，体验到不同的文化、价值观，从而达到更好的购买体验。这种模式不仅能够让观众获得视觉上的体验，还能够让用户深刻地理解到商家的理念，从而引起用

户的购买欲望，最终促成用户的消费。通过“带货”的场景化营销，可以使消费者置身于真实的环境中，以使用户能够真正地购买到自己想要的产品。与传统的直播模式不同，“带货”的主播可以把自己的家当作展示产品的舞台以及真实的样本室，让观众有真切的体验。

（三）互动式营销

随着科技的飞速发展，人类已经超越了传统的机械式交流方式，互动变得越来越重要。“带货”节目的成功，离不开主播和粉丝之间的有效沟通，主播的表现可以激励观众，培养粉丝的忠实度，还可以带来更多的口碑，从而获取更多的粉丝，最终实现营销的目标。“带货”的互动性体现在粉丝的反馈中，主播们根据粉丝的建议，不断优化直播的内容和形式，以获得最佳的效果；而商家们也会根据粉丝的意见，努力提升产品质量，提高配送速度和提供优质的服务，以满足消费者的需求。随着科技的发展，直播不仅可以分享一些生活隐私，而且可以激发粉丝的兴趣，增进彼此之间的信任，从而给粉丝带来一种被尊重的感觉。此外，这种深入的交流也有助于主播和粉丝之间建立起一种更加紧密的联系。

（四）内容营销

随着科技的进步，“带货”的核心价值观一直是市场营销的内容，而“带货”的成功也离不开市场营销的内容。“带货”作为一种基于互联网的直播方式，其信息量庞大、更新迅速，但在众多的信息中，想要获得受欢迎的内容，就必须拥有高品质、能够吸引观众的内容，而“带货”正是凭借其独到的创意，将这些内容融入节目之中，从而取得了巨大的成功。只有通过创新的内容，“带货”才能够吸引更多的粉丝，增强粉丝的忠诚度，从而提升其商业价值。因此，“带货”的内容应该充满活力以及更多的新颖元素，以吸引更多的观众。

三、直播带货驱动下企业市场营销的发展策略

（一）建立互审机制，了解产品信息

通过直播行为，企业可以更加严格地审核商品和

直播人员的专业能力，从而确保其产品的质量。为了更好地赢取消费者的信赖，企业需要在签订合同之前，仔细检验商品的质量，并采取有效措施来防止欺诈行为，从而建立良好的直播形象。企业在选择推荐人时，应当仔细考虑，从众多的推荐者中精心挑选出最能够满足其产品特点的推荐者，这样才能够让产品更加受欢迎。此外，现阶段，许多直播人员都已经在各大直播平台上获得了大量粉丝，这也为产品的宣传带来了极大的便利。为了保证直播的安全性，应当建立一套完善的信誉机制，将不符合要求的主播列入黑名单，以有效防止发生事故。

（二）提高消费者甄别能力，呼吁其理性消费

当今的直播营销模式让人们面临着许多挑战，但是我们应该以理智的态度来对待市场营销。我们应该避免被主播的宣传所迷惑，应该独立思考，并且根据自己的实际情况来选择最合适的产品。同时，我们也应该避免过度消费，以保证我们的利益。在购买商品时，应该全面考量各种因素，包括浏览历史记录、参考其他消费者的反馈，以及仔细比较不同的商品，从而做出最佳的决策。除了参与多场直播，消费者还可以根据自身的需求，仔细筛选出性价比最高的商品。若是遇到质量问题，消费者可以及时发声，并且积极寻求合理的解决方案。同时，也要积极采取法律措施，维护自身的合法权益。使用饥饿营销在直播间中可能会引起消费者的强烈反应，从而增加了退货率，进而阻碍商家的经济增长。因此，零售商应该持续改进产品质量，以确保其长久的稳定增长。为了提升消费者的体验，促进二次消费，平台商家和直播人员应该从长远的角度来看待问题，不仅要关注眼前的利益，更应从消费者的角度出发，换位思考，真诚地宣传，并呼吁消费者理性消费。售后服务是非常重要的，应该定期回访客户，并积累宝贵的经验，以便更好地优化直播销售模式。

（三）设置多类型优惠活动

在直播的过程中，选择恰当的内容至关重要。优质的内容能够增强观众的兴趣，并且能够迅速传达给更多的消费者。为了确保直播的真实性，相关工作人员必须仔细审查并详细说明所涉及的商品。为了确保

消费者的利益，必须确保广告的合理使用。直播平台从消费者的角度出发，能够更好地满足用户的需求。根据相关调查，超过半数的消费者选择观看这些直播，主要原因是市场营销的内容丰富。显然，直播的作用是不可或缺的。为了让直播更加火爆，应该充分利用各种网络渠道，例如通过微博等社交媒体，发布有价值的内容，并将其与一些积极的因素结合起来，让企业和观众都能够从中获得正面的影响力。在直播过程中，为了让观众更好地理解内容，我们可以使用一些专业术语，这样既能增强专业性，又能让观众更加深入地了解内容。

四、结语

通过网络直播营销，消费者不出家门就能购买到自己喜欢的产品，这一技术的普及，推动了快递、仓储、物流等多个行业的发展，为社会的繁荣和稳定做出了重大的贡献。因此，商家和企业采用网络直播带货的方式时，应该清晰地把握市场定位，加强自身的形象宣传，优化内容的设计，精挑细选专业的主播，并且严格把控产品的质量，完善售后服务，以有效地推动直播带货的营收，实现长期稳步的增长。同时还要加强对直播带货行业的监管，促进其可持续增长。

注释：

[1] 朱梦瑶. 直播带货营销传播策略思考[J]. 新闻论坛, 2020(6).

[2] 余亚红, 徐士元. 基于网络直播方式的农产品营销策略研究[J]. 安徽农业科学, 2021(12).

[3] 李若茜. 网络直播演化与营销策略分析[J]. 广西质量监督导报, 2020(11).

[4] 华进. 基于顾客忠诚的网络平台直播导购营销策略探讨[J]. 中国管理信息化, 2021(6).

(作者单位：韩国嘉泉大学)