

## 2021年电商新营销模式：全链路深度营销-矩阵式打法

|      |                            |
|------|----------------------------|
| 产品名称 | 2021年电商新营销模式：全链路深度营销-矩阵式打法 |
| 公司名称 | 东莞市微三云大数据科技有限公司            |
| 价格   | .00/个                      |
| 规格参数 |                            |
| 公司地址 | 瑞和路1号松山湖高新技术创新园B栋4楼        |
| 联系电话 | 17322151531 17322151531    |

### 产品详情

## 2021年电商新营销模式：全链路深度营销-矩阵式打法

我们很多传统企业在运营的时候会遭到非常多的困难，比如说我们会发现，在线下的传统营销的方式拿到线上已经不能在适用了，所以针对传统企业来说，新营销、新媒体、新渠道，这几个新的营销方式，在实践企业的经营中，所要遇到的一些问题。

什么是新营销？

从人、货、场的全新搭建到原有场景的优化，实际上你会发现现在社会上提到“新营销”这个词，大家都会想到颠覆，其实小编认为不应该用这个，而是用优化这个词，所以实际上每一个企业，每一种商业模式，其经营的核心逻辑，其经营的核心结果就是让我们的应用场景得到更多的优化。

那么如何让“人”、“货”、“场”进行更多的优化呢？首先，人是对消费者的重构，分为用户和客户，用户是不一定产生消费的，但是客户是一定会消费。用户可以简称为流量，当我们有可以把我们的客户转换成用户，那么我们就实现了一种新的盈利方式，商业模式的重建。这两年也是非常火爆的一个词，叫社群电商，拼团抽奖电商，私域流量，让我们的消费者如何从客户变成我们的推广员，让它自主产生一种裂变的动机。

其次是，货，为核心的就是，拿出来卖给客户的产品，从工业品升级到了个性化产品，现在我们是C2B2M但是现在我们会发现这种模式开始出现了全新迭代的升级，过去我们是C2C我们电商逻辑，现在我们成为了从个人到企业再到生存制造的，一种叫做倒推式的产生。比如河马海鲜，原来我们是在线上发现了需求，然后品牌方和贸易商，拿着我们的需求去找寻货源，但是现在这种方式被重新迭代了，首先在

我们的用户数据出现在了我们的各个各个平台的数据板块，企业找到了用户的需要，再拿着用户的需要去找供应商，形成了集约式的发展，提升了我们供应链的流程速度，达成了我们高效快捷的一种传播形式，终形成了规模化、批量化，降低了我们的成本，这就是河马的原生态的玩法，叫做工业品升级到个性化的产品。

后是，场销售渠道的改变及再次的改变，过去我们的传统销售在20年前一步一步的改变，从线下到线上再到短视频与KOL直播，场的碎片化时代的到来，从集中到分散，从中心化到去中心化，你会发现流量不停的在被垄断，这种去中心化也就证明了，未来我们要适应更多的场，要适应更多的碎花话信息。流量的来源改变；从传统媒体到新媒体，特别是经过疫情的发酵，新媒体抖音微信视频号还有我们的微信号，改变了原有媒体的逻辑，所以那些媒体可以抢占用户的时间，哪些媒体就能称之为新的流量的媒体，也是抢占用户心智的平台。所以这两年的广告发生了翻天覆地的改变。渠道属性的改变；从无交互非渠道、无数据非渠道、无体验非渠道，这三个，让我们原有的特性变成了现有的特性，所以我们越来越在乎交互、数据、体验的渠道。渠道功能的改变；招商的渠道正在被赋能渠道所改变，也就是说我们和代理商之间的关系产生了一种变量，原来我在管理你、我在支持你，现在是我在为你赋能，由你降低我的成本，帮助我们达成销售，在场景中的一个特质改变。

什么是新媒体矩阵营销？

解析；新媒体的核心到底是什么？我们做一个归纳和总结就是大限度提升某种行业的商业效率而已！！并且我们会发现一切的营销模式都可以使用新零售来进行改造，所以我们不能单纯的去讲新媒体、新零售就是所谓的颠覆原有，颠覆传统，其实这个世界上没有这么多的颠覆，而是为了提升商业的运作效率。

点滴细微的企业改造成就出不一样的行业，而不是全盘的改变。

往往机会在“惨淡的”行业中。

‘喊叫声“大的往往都死掉了。

真正的往往深藏不露。

“零售”万变不离其宗，还是过去的那点事，我们要考虑的是如何提升商业价值？如何提升商业效率？从而降低我们的成本，如何提升用户的情感？抢占用户的时间，给我们拥有更多的粘性，如何提升流量来源？让更多的用户知道我。新媒体的特点是什么呢，你会发现他其实是量变带质变再到核变得过程，所以你只当会的短视频，那么你只有流量，你仅仅只会社群营销，那么你解决不了你的流量来源，你的直播很，你只能解决战术层面对产品的转化，当你把这几件事合在一起的时候，形成你的关联关系，形成你完整的新媒体企业部门的时候，你会发现这个时候，就形成了一种体量式的质变，所以我们的核心就是要形成一个完整的有头绪的新媒体营销矩阵。

未来的商机是线上+线下=优质的产品+服务，这是未来的不变的方向，未来每个企业都是自己的线上店铺和线下体验店，线上的私域电商流量，自己掌控的用户数据，线下的体验店，异业联盟或者官方旗舰店的方式会居多。把产品做到才是未来市场的核心竞争力。

原创所有，转载请注明出自：谈谈互联网的那些事儿、文章编辑：dqwsy888

如需完整方案，请找小编获取