

武汉星起航：“短视频+电商”如何抓住用户“关键时刻”？

产品名称	武汉星起航：“短视频+电商”如何抓住用户“关键时刻”？
公司名称	武汉星起航电子商务有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	光谷关山大道红枫金座
联系电话	4001639982

产品详情

回顾过去，自 2005 年起短视频在国内商场逐渐兴起，我国短视频商场进入了探究时期。以马铃薯、优酷等媒体网站大力推动拍客共享方法，带动了 UGC 短视频的出产。2006 年《一个馒头引发的血案》曾在国内带来了巨大的文娱效应。2008 年的汶川地震等更是让人们认识到了短视频的传播价值（及时、快速）。跟着我国 4G 及 5G 互联网技术的发展，视频职业涌现出一批优质的 UGC 内容制作人员，快手、秒拍、微博等敏捷崛起。虽然短视频凭借碎片化、高传播、低门槛的特性吸引了巨大的流量，可是如何能在短时刻内有效将短视频变现盈利并非易事。

咱们知道，在短视频内容驱使与消费场景影响下，用户在进行消费决定时并不能长时间保持理性，而正是这种冲动消费的客观存在，让“短视频+电商”的变现成为可能。不过，在此过程中，把握的地方就是怎么抓住用户“由观众向顾客身份转变”这一决定的“关键时刻”。

北京大学新闻与传播学院广告系主任陈刚教授的说法，这个所谓的“关键时刻”，是大数据背景下全新的营销视角，是以客户为原点和主体的新营销方式。这种“关键时间法理论”的本质在于：在正确的时间，用正确的方法打动正确的人。这也符合“内容价值驱动用户”的理念。

正因如此，“短视频电商”的运作值得启发。从短视频渠道来看，需要策划什么样的内容、搭建什么样的消费场景来带动用户，让用户的心理达到这个“关键时刻”的临界点；至于电商渠道，应该预设什么样的需求解决方案，为这个“关键时刻”做好准备，进而提高命中率。而这也是一个值得商家思考的问题。