

*值得关注的**营销策略

产品名称	*值得关注的**营销策略
公司名称	东莞市数云网络科技有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	广东省东莞市松山湖园区瑞和路1号2栋501室02
联系电话	18002820787 18002820787

产品详情

营销不同于普普通通的销售，其中夹杂着许多的战略思想，销售的战术不好可能会造成丢失一个客户、一单生意，但是营销的战略有偏差，就会致使整个品牌的失败，所以营销人需要更好的学习营销中的策略。

一、情感营销策略情感营销就是把消费者个人情感差异和需求作为企业品牌营销战略的核心，通过借助情感包装、情感促销、情感广告、情感口碑、情感设计等策略来实现企业的经营目标。在情感消费时代，消费者购买商品所看重的已不是商品数量的多少、质量好坏以及价钱的高低，而是为了一种感情上的满足，一种心理上的认同。情感营销从消费者的情感需要出发，唤起和激起消费者的情感需求，诱导消费者心灵上的共鸣，寓情感于营销之中，让有情的营销赢得无情的竞争。情感营销策略适合数字营销策略的第三阶段“增强用户粘度”，比如之前在微博上火热的百事可乐“把乐带回家”微电影，用情感抓住用户，一般在节日推广时常使用。

二、体验营销策略体验通常是由于对事件的直接观察或是参与造成的，不论事件是真实的，还是虚拟的。体验会涉及到顾客的感官、情感、情绪等感性因素，也会包括知识、智力、思考等理性因素，同时也可因身体的一些活动。体验的基本事实会清楚的反射于语言中，例如描述体验的动词：喜欢、赞赏、讨厌、憎恨等，形容词：可爱的、诱人的、刺

激的、酷毙的等等。企业为何体验营销呢?其实体验营销的重要性体现在：消费者的情感需求比重在增加;消费需求的日趋差异性、个性化、多样化;消费者价值观与信念迅速转变;消费者关注点向情感性利益转变。对于现代消费的观念转变企业必须在品牌推广上下足功夫，对此企业品牌联播可有效的提高企业品牌度，更让体验式营销更深层的了解消费者需求。本书前面有专门章节讲述体验营销。

三、植入营销策略植入营销通常是指将产品或品牌及其代表性的视觉符号甚至服务内容策略性融入电影、电视剧或电视节目各种内容之中，通过场景的再现,让观众在不知不觉中留下对产品及品牌印象，继而达到营销产品的目的。我们经常在众多电影、电视剧中看到不同品牌的植入，然而数字营销战役中一样可以借用，微视频的火爆，植入可以直接照搬到网络平台，同时在各种以内容输出的平台上，均可以实现。比如网络、微博段子、长微博图文，甚至小说之中。一个大型的植入营销活动，可以成为主角，比如、微视频等，但是在微博段子、长微博中可能只能算是一次整合营销的一个点而已，成不了大的策略。

四、口碑营销策略口碑营销是指企业努力使用户通过亲朋好友之间的交流将自己的产品信息、品牌传播开来。这种营销方式成功率高、可信度强，这种以口碑传播为途径的营销方式，称为口碑营销。从企业营销的实践层面分析，口碑营销是企业运用各种有效的手段，引发企业的顾客对其产品、服务以及企业整体形象的谈论和交流，并激励顾客向其周边人群进行介绍和推荐的市场营销方式和过程。在第二、第三阶段，都可以使用此策略，口碑营销策略基于社会化媒体平台，强调关系与兴趣，激发大家分享正向口碑的兴趣，为企业品牌正向引导助力。我们曾在论坛、微博上看到关于海底捞众多口碑的传播，还有快书包1小时到货给用户带来的惊喜分享，这些都是口碑碎片，通过用户自行分享出来，当企业使用此策略时，更多是利用口碑类媒体传播品牌的感受。

五、事件营销策略事件营销在英文里叫做EventMarketing,国内有人把他直译为“事件营销”或者“活动营销”。事件营销是企业通过策划、组织和利用具有名人效应、新闻价值以及社会影响的人物或事件，引起媒体、社会团体和消费者的兴趣与关注，以求提高企业或产品的度、美誉度，树立良好品牌形象，并终促成产品或服务的销售目的的手段和方式。简单地说，事件营销就是通过把握新闻的

规律，制造具有新闻价值的事件，并通过具体的操作，让这一新闻事件得以传播，从而达到广告的效果。我们常因为新品牌、新产品度不够高而苦恼，在新品上市阶段，很多企业希望能有一个引爆的事件发生，将媒体、公众的目光聚集过来，这都是希望品牌迅速爆红的心理，不过事件营销也是一种策略的方法，并不是的，也就是说火爆与否跟很多因素有关，前文《从刘烨抢沙发谈事件营销》中有描述关于事件营销策略的形成方法，一个好的事件营销是会将公众引向品牌，而非事件本身。六、比附营销策略