

# 南阳企业如何用网络推广来做好口碑营销?(手把手教你)

产品名称	南阳企业如何用网络推广来做好口碑营销?(手把手教你)
公司名称	南阳企常青信息技术有限公司
价格	300.00/月
规格参数	
公司地址	卧龙岗汉画街118号建工集团院内
联系电话	15225602960 18238118463

## 产品详情

口碑（Word of Mouth）源于传播学，由于被市场营销广泛的应用，所以有了口碑营销。有关研究表明，如果南阳消费者对产品、服务不满，只有4%的人会向厂商抱怨，而高达80%的人则选择向亲戚朋友倾诉，进而口口相传影响市场。所以，产品、服务的任何一点瑕疵都可能在市场上引起一场口碑风暴。

企常青营销顾问这里谈的网络口碑营销或者全网口碑营销，指的是互联网时代下的口碑营销，相对于传统时代的口碑营销，网络口碑营销具有传播快，影响时间长等特点。经常有企业方咨询企常青全网口碑营销怎么搞？企常青营销顾问在本文进行阐述。

### 策划网络口碑营销的要点

#### 1.产品或服务有保证

要进行口碑营销，首先要做的功课就是为消费者提供非常好的产品与服务。企常青营销顾问认为，网络口碑营销的本质不是靠创意取胜，也不是靠炒作来一鸣惊人，而是把优质的产品和服务体验传播出去，产品和服务是口碑营销的根本。

#### 2.企业品牌相关

策划口碑营销时，不管引爆点也好，还是策动的话题也罢，一定要与品牌有机结合。不能是生拉硬拽，与品牌毫无关系。

### 3.传播正能量

口碑营销Zui后引发的一定是正能量口碑，不能适得其反。这就需要在策划阶段注意对风险的控制，多准备几套应对的方案，不能让舆论偏离我们宣传的方向。

### 4.经得起推敲

不管方案如何策划，一定要经得起推敲，不能让人细品就有bug。

### 5.形式多样化

随着互联网的发展，网络平台不断演变，并且更加多样化，企常青认为口碑营销的形式也需要更加多样化。如早期口碑营销Zui关注四大搜索和新闻媒体、问答平台、论坛社区，而近几年新增了双微一抖和小红书等。

### 开展网络口碑营销的注意事项

网络口碑营销在网络营销领域里是一个非常重要的部分，口碑是人们对于企业的看法，也是企业Zui应该重视的一个问题，所以开展网络口碑营销是迫在眉睫的。企常青营销顾问分享几点网络口碑营销实施中的注意事项。

#### 1、忽视产品和服务质量的提升——消费者不买账

“酒香不怕巷子深”，关键是酒要香。没有让顾客满意的质量和服务，良好的口碑只能是空谈。有的企业，没有将精力放在提高产品的核心竞争力上，只一味地进行铺天盖地的广告宣传和大量的促销活动，却往往没有取得很好的效果。有的企业，虽然曾经有过良好的口碑，却固步自封，忽视了对产品和服务质量的提升，Zui终只能被激烈的市场竞争所淘汰。

#### 2、缺乏营销道德——搬起石头砸自己的脚

随着市场经济的发展，人们知识水平的提高和消费经验的增加，消费者已经变得越来越理性，更加倾向于向周围的人了解关于产品的信息，避免直接体验产品带来的风险和成本，因此，口碑营销也变得更加重要。有的企业用所谓的“实际效果”来宣传，请了许多名人，却丝毫没有“名人效应”。相反，有的企业在宣传的过程中对自己产品的缺点毫不避讳，实事求是地宣传产品的功能，却更能赢得顾客的信任、带来良好的口碑。

企常青营销顾问表示，营销道德是企业口碑营销的前提。企业应首先保证自己宣传的客观性和真实性，不能过分夸大自己的产品和服务。否则，很可能带来负面的口碑传播。

### 3、忽视公司内部口碑营销——后院起火

很多企业在进行口碑营销过程中常将营销片面地理解为外部营销，公司内部的口碑营销容易被忽视。实际上，如果企业的员工带着不满的情绪在为企业工作，效果是可想而知的。而且当这些员工在向朋友谈到自己的企业时总是抱怨不断，他们作为信息源发出的负面口碑的效果要远比一般消费者大得多。而且，这种对企业的抵触情绪必将对企业的正常生产带来影响。

### 4、缺少良好的负面口碑传播处理机制——火上浇油

口碑是一把双刃剑，既可以为企业带来口碑效应，也会由于负面口碑的传播带来负面影响。现代企业，即使是一些大企业也往往容易忽视负面口碑传播的严重性，没有一套及时、正确地处理危机的机制，常常会使企业遇到危机时愈陷愈深。

在国内，很多企业是在危机发生时最常用的做法是大门紧锁，拒绝一切采访，试图用各种手段蒙蔽消费者，甚至连公司的很多内部职工都不知道到底发生了什么。这样“遮丑”的结果只能是适得其反，使企业的形象和信誉更加受到消费者的质疑。

### 5、排斥营销推广——自食苦果

现在的很多企业一味地大量使用广告、推销、营业推广等营销手段，网络和信息技术的发展更加剧了这种行为，但效果并不明显。于是有的企业抱着“酒香不怕巷子深”的心理，一味地埋头于产品的生产，排斥广告、推销等其他营销手段，这样就会走向另一个极端。企业的营销应根据自己产品的特点来进行，星巴克“口口相传”的营销策略未必适合其他的企业。

口碑营销专家迈克尔·卡佛基曾指出：“口碑是头脑中的低技术方法，但它却诉诸市场中所有高科技噱头来实现。”可见传统营销手段仍是企业营销的一个重要的方面，口碑不是万能的，企业的口碑营销应将二者有机地结合起来。一个良性的口碑营销应该建立在产品品质和服务有保障的前提下，这样才能形成持久而正面的口碑效应。

口碑营销越来越受到营销人员的重视，但如果忽视了上述问题，不仅口碑无法发挥其应有的营销作用，还容易产生负面的口碑传播，给企业的营销带来困难。因此，在营销活动中，营销人员应对上述问题加以注意，尽量避免这些问题的发生，对已发生的问题及时地进行纠正，使口碑营销的作用得以真正发挥。

### 结语

实际上，口碑营销每一个企业经营必经之路，口碑强在营销事半功倍，口碑弱则营销工作徒劳无功，产品、服务的任何一点瑕疵都可能在市场上引起一场口碑风暴。只有好的用户体验才会激发用户评论，这是口碑营销的基石。