

天津新媒体营销的优势 瑞吉广告

产品名称	天津新媒体营销的优势 瑞吉广告
公司名称	天津市瑞吉广告有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	天津市西青区李七庄澜溪园三区
联系电话	022-23937598 13821732405

产品详情

一、新媒体营销让消费者自主选择、并有效互动。

在移动互联网新媒体之前，过去的营销方式是硬性推广，而新媒体营销则不同，新媒体使得与消费者沟通的互动性增强，有利于取得更有效的传播效果。企业要做就是让目标用户参与，让品牌融于消费者的互动活动当中，融于口碑当中，形成另一种传播源，不断向下扩散。那么营销将事半功倍。相反，如果让消费者置身事外，他们将永远无法体味个中滋味，更无法成为营销的“病毒载体”。

在网络时代，泛滥的信息让人们的决策成本空前提高，简单的信息告知传播，显然已经无法满足企业的营销期望。因此，让用户成为你营销计划中的一部分，变成营销的“病毒载体”，一一来完成企业的营销拼图，就成了每个企业都望穿秋水的期待。通过它，企业能够与受众实现更多的互动，也可以收集到更多的反馈信息。移动互联网新媒体营销让消费者占据了主导地位，在这个崇尚个性化、参与和体验的时代，消费者的个性化需求更容易得到满足。

二、移动互联网新媒体有效的降低了营销成本

移动互联网新媒体不仅使企业宣传品牌的方式多元化，而且大大降低了营销成本。比如过去很多企业以为花很多钱建一个官方网站，定期或不定期发布一下企业动态和产品信息，不停的建新网站和推广，但效果往往并不理想。而新媒体提供了更多免费的开放平台，并具资源共享。比如在新浪微博建立官方微博，在QQ上建立粉丝群，在天涯建立品牌空间，在开心网建立官方账户，在豆瓣建立兴趣小组，在百度百科建立品牌词条，在自己的官方网站上建立互动有奖游戏。这些基本上都是免费的！

移动互联网新媒体不仅提升低成本的平台，而且提供了低成本的传播。很多品牌的信息，在传统媒体时代，要花巨资去推广，而在新媒体时代，只要你的内容有创意，网民觉得有价值或有趣，他们就会疯狂地帮你免费传播。比如某一信息，从信息源到N个张三到N个李四到N个王五到N个赵六，这根链条，理论上可以无限延长，并且理论上可以呈现出倍数的病毒式传播效应。而且，最重要的是，成本消耗在从信息源到N个张三上，之后的传播链，可以让用户们免费自行完成。

多对多形式的“对话”所造成的N级传播，也是传统媒体的一级或者两级传播所相形见绌的。一个不争的事实是，有些事情，在社会化媒体的推波助澜下，传播的速度令人惊讶—几乎达到了一夜之间传遍天下的地步！这种成本低但见效不错的传播模式，在当前企业竞争激烈，生意难做的情况下更加倍受欢迎！

三、新媒体提升了广告的创意空间

移动互联网新媒体的发展使社区营销、精准营销、事件营销、病毒营销、数据库营销、反向沟通、互动体验、口碑传播、焦点渗透等各种新的广告形式和营销方法不断出现。在社会化营销中，创意就是我们的营销源泉，新媒体营销就会发挥出强大的力量。创意可遇不可求，但是一旦拥有了创意，并通过用户的参与，其整个营销的效果就有极大提升。

移动互联网新媒体不断拓展新的营销传播方式和手段，正将弥补传统媒体创意枯竭的问题。通过新媒体这个载体，将更多创造性的元素融入整合营销传播当中，对于企业战略转型和整合营销传播的完善和发展都具有关键意义。而创意创新经济自身蕴涵着巨大的能量，创意元素成为当今企业和产品竞争中最为重要的一环。

四、移动互联网新媒体能让用户帮你创造产品，并一起挣钱。

新媒体能引导用户创造产品，并分享利润。苹果公司的Appstore就是个典型的例子。苹果公司允许用户上传自己编写的应用程序，并由平台来统一进行销售和下载。每成功出售一次，作者便会得到一定比例的分成。于是，苹果公司和应用程序作者实现了让人难以想象的共赢。短短几年光景，Appstore中经过认证的应用程序就超过20万，总下载次数达到16亿次，其中，收费的应用程序平均价格约为2.85美元。正是凭借着Appstore中大量的应用程序和作者们自发的推广，苹果出售终端iPhone和iTouch才赚得钵盆满满。

企业提供销售平台，让用户创造内容或产品，与用户共同分享利润，在保证产品的多元化和创造力的同时，也拥有了大量忠实、可靠的宣传者。他们热情而希望旁人认可，更加希望能够把自己的作品向全世界公开，于是，能够展示其作品的平台或终端会倍受他们推崇，口口相传之下，企业成了最大的受惠

者。因为，每一个人都渴望得到别人的认可，所以，再没有比传播自己的内容还要有驱动力的方式了。新媒体能让用户在参与过程中，将一成不变的产品信息打上自己的烙印，进而再次传递，这样的效果更佳。更进一步讲，如果企业在传递过程中，因为用户的参与而获利，并慷慨地与该参与的用户来分享利润，那么这种共赢的模式，将会进一步提高营销的效果。

五、更精准化的客户定位，能满足个性化需求

在移动互联网新媒体营销中，不管是门户网站的按钮广告，还是搜索引擎的关键词广告，相对于传统媒体来说，都更有针对性。比如你在微博谈论购买篮球的事情，那么系统会认定你有购买篮球的需求。而过一段时间，不管你是否在做进行篮球运动，系统都有可能为你定制耐克、阿迪或李宁等品牌。在这个营销过程中，一切都基于人、账户以及关系网，所以一切需求和潜在消费欲望都可以被记录、被计算和被推理。

未来的消费是越来越强调个性的，消费者会主动选择自己喜欢的方式，在喜欢的时间和地点获得自己喜欢的商品或服务，而移动互联网时代的各种工具能让企业清楚地知道顾客的需求。比如一个4G高额套餐的用户会是一个经常出差的高端商务人士；一个经常用Twitter唠叨今天又买了什么衣服的人，一定是一位追求时尚的潮人……把握这些信息的企业就不再是对市场盲目扫射的“机关*手”，而是一颗**达到一个目的的“狙击手”。

六、巨大的数据库营销宝藏

新媒体另一个好处，就是轻而易举的得到如此大量的用户信息。在我们看来，自己的信息只不过是交往时必要的谈资；但在网站眼中，用户就是精准的潜在消费者。目前的技术，完全有能力根据你的基础信息和实时交流内容，通过语境和语义的分析，算出你在哪方面有需求或有消费潜力。

我们为了交到志同道合朋友或吸引粉丝，努力的给网站提交自己精准的个人信息，而且完全自愿且主动的。这包括：姓名、年龄、职业、爱好、工作等等，而我们在与朋友在线交流的过程中，无意间又透露了最近我们的行踪？烦恼和开心的事情究竟是什么？工作中又遇到了什么问题？最近想买一个ipad还是iphone？等等。这些免费而主动的行为，才是今天越来越尊重个人隐私的大时代背景下，各企业争压的资源和财富。

有人关心Facebook如何赚钱？如果你了解社交网站的优势，这些担心就会显得有些多余。因为Facebook拥有6亿精准消费者的庞大数据库，想不赚钱都难。所以Facebook如何赚钱或变现不是难点，问题是在于如何把钱挣了又不能太影响用户的使用体验。

七、企业主可以按照广告效果付费

移动互联网新媒体使品牌传播和品牌建构更加精准有效。新媒体的“精准”，使得它可以大胆地宣布“按效果”收取广告费用，这在传统媒体的品牌传播中几乎不可为。越来越多的企业开始选择新媒体，也是因为传统媒体的广告效果实在难以评估。传统媒体在线上线下结合进行品牌传播上，远远落后于新媒体。效果付费是大部分互联网广告形式的核心卖点。而在社交网络营销时代，这一点依然会沿用。无论是按展现、按点击、按粉丝数、按电话、甚至按照销售，一切都可以被记录，一切也都可以验证。

八、移动互联网新媒体能有效的面对危机公关

企业经营不可能完美无缺，面对众口难调的消费者，任何产品和服务都有可能存在所谓的“缺陷”，而且社会化媒体的特点就是信息分散，舆论极难控制。但是可怕的不是这些负面信息的存在，而是企业不懂得如何去解决并回应。要清楚一点，虽然你不一定能管得住别人的嘴，但是你一定要在场。危机的初级阶段一般都是难以发现的“小火苗”，既然移动互联网的各种工具可以让企业及时地去发现这些“小火苗”，那么为什么不尽早地扑灭它呢？合理有效地利用新媒体，能完善企业危机公关应对策略。公关是整合营销传播中的一个重要环节！