

新时期互联网环境下新媒体营销措施分析

◎廖吉灵

摘要：基于分析新时期互联网环境下新媒体营销措施。主要通过打破营销渠道，形成营销合力，包括借助微信、微博平台营销，以及创新营销手段，扩大影响力，比如互动式营销、娱乐性营销等等，有效地提升营销的成绩，逐渐扩大营销的市场，为企业创造更多的经济效益，从而为企业的长远发展提供推动力。

关键词：新时期 互联网环境 新媒体营销

在目前的互联网快速普及之下，新媒体依托互联网得以迅速的发展，成为产品服务营销的一个主要渠道。因此，对于新时期互联网环境下的新媒体营销，就需要在原有的新媒体营销基础上展开深入的分析，充分考虑到企业的实际需求与发展特点，以此来保证营销策略、企业战略运营要求的相适应，从而积极利用好互联网时代的优势资源，为企业的持续、长远发展增添活力，进而实现企业经济效益的最大化。

一、打破营销渠道，形成营销合力

（一）借助微信平台营销

微信作为当下十分典型的一个新媒体平台，更是互联网环境下新媒体营销的一个有效途径。因为微信成为人们当前沟通交流的重要方式之一，其丰富多样的功能，不仅能满足人们实时互动的需求，还可以通过不同的功能进行信息的传递，因此可以说，微信拥有海量的用户，所以企业可以借助微信平台进行营销活动，利用微信平台的实用性、高频率等特点，获得大量的潜在客户群体。比如企业可以申请微信公众号进行营销，与广大的消费者展开交流，同时去搜集消费者的各个方面需求信息，包括对产品的期待等等，以此来为营销宣传，还有产品的研发提供有力的依据，而且微信平台中有支付功能，这样更利于产品支付的便捷，从而进一步提高新媒体营销的效益，最终在无形之中完成产品的推广。

（二）借助微博平台营销

微博是互联网环境下诞生的一个新媒体平台，其用户量较多，所以借助微博进行新媒体营销，也是一种有效的手段，加之这样的营销成本较低，不仅能够提升营

销活动的精准性，还可以帮助企业获得更多的经济效益。比如企业根据营销的需求，进行微博的账号注册，将产品的信息、特性，以及企业的信息及品牌的特征等等情况，通过微博进行发布，促使更多的用户，能够快速、全面地获取其想要的信息，而且微博平台有较强的包容性，微博粉丝都是潜在的营销对象。由此一来，企业定时地更新微博，为用户传播相关的产品信息，树立好企业的形象，而且企业还可以发布一些用户感兴趣的话题，相互进行沟通与互动，以此来进一步了解用户的需求，从而促进新媒体营销效果的提升。

二、创新营销手段，扩大影响力

（一）互动式营销

对于新时期互联网环境下的新媒体营销来说，就需要不断地创新营销的手段，开展互动式营销，比如直播平台进行营销，因为直播平台是在现场跟随事件发生、发展的情况，进行实时的播出与产品的介绍，这样的营销活动是以优秀的直播平台作为载体，能够与用户进行实时的交流，甚至可以根据用户的需求，改变营销的进程，促使消费者与企业之间的互动更加的真实与立体，以此来获得更加理想的销量。目前直播销售的方法较多，包括抖音快手淘宝等等平台，这都可以为企业提供直播营销的平台，促使企业能够更加全方位地展示出产品，对产品的特性加以介绍，而且还能积极地回答线上用户所提出的问题，以使用户更加全面地了解产品的优缺点，充分刺激用户的购买欲望，从而促进新媒体营销的效率明显提升。

（二）娱乐性营销

娱乐性营销是一种将营销行为与媒体娱乐相结合的一种营销方式，更利于吸引

用户的眼球。可以说娱乐性营销，主要以目前比较流行的短视频，或者视频广告为主要的形式，在网络技术的迅速发展之下，人们对娱乐内容的需求不断地提高，所以通过网络渠道进行视频的浏览，已经成为当代人积极参与的一件事情。因此新媒体营销可以充分地挖掘这一部分的潜在消费群体，为其投放精美的视频广告，而且还可以制作一些趣味的短视频，为新媒体营销赋予更多的娱乐性，以此来吸引更多的群体关注，从而逐渐扩大产品的影响力，为营销成绩的提升奠定好基础。

三、结语

综上所述，新时期互联网环境下新媒体营销，能够有效地提升营销的成绩，为企业创造更多的经济效益。可以说，互联网时代已经改变人们的生活、生产方式，并且对新媒体营销的模式带来一定的冲击，促使新媒体营销紧跟时代的发展步伐，不断开辟营销的渠道，创营销的手段，以此来充分释放出互联网时代的价值，去吸引更多的消费群体，尽可能满足用户的消费需求，从而逐渐扩大营销的市场，为企业的长远发展提供推动力。

参考文献：

- [1] 新时期互联网环境下新媒体营销策略之我见[J]. 现代经济信息, 2020(009): 146, 148.

作者单位：福建省南平市武夷旅游商贸学校