

大学生微信营销分析及对策研究

金佳虹

(浙江树人大学,浙江 杭州 310000)

摘要:信息通过微信可以便捷,迅速,交互,有目标性和低成本效率地传播,从而逐渐产生了一种新的网络营销方法称为微信营销。微信营销在大学生中的普及率较高。本文针对大学生微信营销进行研究,通过阐述微信营销的特点与优势,收集大学生微信营销存在的问题,最后,针对大学生面临的问题提出策略与建议。

关键词:大学生;微信;微信营销

1 引言

随着科技的发展,互联网越来越被广泛地运用。它的强大在于让世界上的所有的事物都联系在一起,促使越来越多的网络营销接踵而至。微信营销就是在这个大潮流中应运而生,已经渗透到了各行各业。近年来大学生作为微信的生力军,纷纷加入到微信营销中进行自主创业,从而赚取一定的零花钱和生活费。然而大学生在进行微信营销的过程中仍存在不足,如商品信息的核实难度较大等。

2 大学生微信营销的特点及优势

(1)微信用户的真实性。微信发展至今,版本的更新越来越严谨。这为大学生微信营销提供了一定的安全保障。如今,微信用户必须用手机注册,而手机号又必须以身份证实名登记办理。这在一定程度上显示了微信用户的真实性。此外,微信营销还可以通过语音进行对话、拍摄产品小视频等,使消费者更具有真实感。

(2)信息扩散能力强。大学生通过建立自己的公众平台,可以群发广告信息给关注公众号的朋友,也可以让自己的亲戚朋友在朋友圈帮忙宣传。用户对自己喜欢的产品和服务信息也可以转发和分享

链接,推荐给自己的朋友。

(3)传播过程具有隐匿性和互动性。大学生通过朋友圈推广产品,消费者可以在产品信息的下面评论互动,进行产品的咨询。而评论的互动性则体现了信息传播的隐匿性。只有双方是微信好友,才能看到对方给大学生营销者评论的内容。另外,微信公众平台可以推广信息给关注公众号的用户,进行一对一的互动,同样体现了信息传播的隐匿性。

(4)信息精准传播。微信是与QQ好友或者手机号绑定的,都是真实存在的用户,基本都是大学生营销者的朋友,或者是朋友的朋友。大学生通过微信公众平台,可以对关注平台的用户进行一对一的推广,根据关注用户的特征和喜好再进一步进行细分,精准地推广信息。

(5)节约成本低流量。大学生微信营销不需要成本,朋友圈和公众号都是免费的营销平台。这也符合了大学生缺乏资金的现状,为大学生创业提供了机会。微信推广产品只需要消耗一定的流量,而大学生本身就是流量使用最多的群体。

(6)大学生创新点子多。90后和00后的大学生对这个世界敏锐又大胆,对新鲜事物充满好奇心,勇于尝试与创新。他们善于奇思妙想,能想出来的点子也较多且充满新奇感。微信营销需要创新,金点子是成功的关键,具备创新性、个性化的营销更能吸引消费者眼球。

(7)大学生追随潮流。当代大学生年轻气盛,朝气蓬勃,追随潮流。很多学生已经不再单纯地把钱花在学习用品和吃饭上,更多的是消费在娱乐和享受上。他们跟随时代潮流,追求奇特与众不同的产品来显示自己的个性。所以大学生做微信营销有利于宣传各种微商爆款,因为他们本身就爱时尚,更有兴趣去推广与时俱进的产品。

3 大学生微信营销存在的主要问题

(1)行业监管不利,存在安全隐患。大学生在进行微信营销的过程中,通常会用微信红包和转账进行交易,或者通过支付宝转账,然而这也存在一定的财产安全隐患。一些不法分子通过使用他人头像和昵称,冒充他人,使大学生微信营销市场混乱。目前,国家政府对微信营销的监管力度并不够,法律制度也不完善。

(2)商品信息的核实难度较大。大学生在运营微信公众平台的过程中,并不熟知所有客户的需求,在不经筛选的情况下,就把各种信息推送给客户,结果往往适得其反。通过小视频的展示虽然可以看到真实的商品,但现在一些营销软件热卖,一键转发小视频随处可见。视频展示的或许是真实的产品,而客户则有可能收到的是仿品。

(3)过于重视粉丝数量而忽略其质量。很多商家通过免费送小礼品等活动吸引消费者,然而很多用户领取了福利就将商户拉黑。有些列表中的陌生好友从来都没有聊天过,甚至只是为了领取礼品而并不使用的小号。为了扩大销售道路,商家也会借助一些营销软件,如“加粉神器”等。而这些大多是刷出来的假微信号,也并不是真实存在的用户。因此,僵尸粉的存在占用了好友名额,也在一定程度上扰乱了大学生微信营销的秩序。

(4)过于重视推广消息而忽略其服务。大学生在推广自己产品的过程中,往往会打出“集赞送礼”的口号,通过分享自己的名片和商品信息,让用户集满几个赞就可以得到相应的礼品。而一般最后商家都会索取一定的快递费,这让用户觉得活动是骗人的。另外,一些商家为了推广自己的产品,在朋友圈“不分昼夜”地刷屏,很容易被用户拉黑甚至被投诉举报。因此,大学生在进行微信营销时不能一味地推广消息而忽略其服务。

(5)同行竞争大,顾客流失性大。导致顾客流失的原因有很多,最主要的就是竞争对手夺走顾客。通过微信营销进行自主创业的大学生较多,很多卖的产品也都大同小异。很多大学生有共同的好友,所以有一部分共同的客源,也会在无形中流失。因为通常消费者会去和自己比较熟悉的那一方购买产品。其次,价格也会导致顾客流失。最后,是大学生的服务态度。急客要的是速度,享受型客户要的是服务过程中的体验,而大众型客户则要的是质量和实惠。

4 大学生微信营销的策略与建议

(1)加强监管力度,诚信经营。大学生在进行微信营销的过程中存在很多的安全隐患,很多起交易被骗的事件发生。而通过走法律途径,报案等都无法把钱款追回,这无疑会阻碍微信营销的发展。对此,国家政府应建立并完善行业相关的法律法规,加大对微商行业的监管力度,为大学生提供安全的营销平台。另外,大学生应该诚信经营,遵守相关法律法规,把微信营销当作是人生的一种历练,才能使创业之路走得更加漫长,而不是一味追求利润,被金钱冲昏头脑。

(2)加大商品信息的真实性。大学生在进行品牌推广的过程中,应注重信息的筛选,体现商品的真实性和有效性。如卖护肤产品,商家应把护肤产品的相关信息发布出来,厂家、保质期、使用的注意事项等。使用朋友圈的“小视频”功能,通过真实拍摄自己使用护肤品的视频,体现商品的真实性和有效性。在推广产品的过程中,最好在朋友圈晒一晒自己真实的交易订单以及买家秀。消费过的客户若评价你的产品很不错,对潜在客户也有巨大的吸引力,所以买家秀非常重要。

(3)注重粉丝质量,发掘潜在客户。大学生在增加粉丝的过程中应该注重粉丝质量,发觉潜在客户。很多商家过于注重粉丝数量而忽略了其质量,通过“加粉”软件来增加粉丝数量,还有通过各种免费送礼的活动吸引粉丝,却难以将粉丝转化为真正的客户。用户通过关注公众号,便成了其粉丝。结合市场细分理论,大学生应根据粉丝喜好和需求,进行分类和针对性地推广相应的产品信息。一旦有粉丝评论或咨询产品,就应该抓住机会,将潜在客户发展为你永久的顾客。

(4)合理推送消息,提高服务质量。大学生在进行微信营销时应合理推送信息。首先,应注意推送时间。大学生应在粉丝比较空闲的时候推送消息,这样能增加产品的曝光度。其次,应注意推送频率。推送消息不宜过多,否则会造成粉丝厌烦遭遇屏蔽,甚至拉黑举报。最后,消息推送要生动形象,有可读性。根据营销4I理论中的Interesting趣味原则和Interests利益原则,大学生推送消息应合理运用文字、图片和视频的搭配,生动形象地吸引顾客的眼球,降低被拉黑的可能性。另外,消费者看到纯粹的广告就会心生厌恶,但对于免费的利益则不会抗拒。所以,大学生应多提供产品的相关信息以及其带来的作用效益等。

(5)与客户建立关联。根据营销4R理论,在微信营销中,顾客具有动态性。因此,大学生需要与客户建立一种互动、互需的关系,你需要客户,客户也需要你的产品。通过增加新客户,抓住老客户,从而减少客户的流失。关系营销越来越重要,抢占市场已经变成与顾客建立长期的合作关系,抓住老顾客抓住客源。大学生一定要注意自己的服务态度,俗话说顾客就是上帝。另外,结合营销4C理论,大学生应该抛开定价策略,去了解消费者,满足其需要与欲求所必须付出的成本。

5 结束语

在这个信息发达的互联网时代,微信营销充满了商机,同时也充满了挑战。如今,微信营销已经涉及到各行各业,也是大学生进行自主创业的途径之一。国家应加强监管力度,为大学生微信营销提供安全的营销平台。大学生应诚信经营、体现商品的真实性和有效性、注重粉丝质量、合理推送消息、与客户建立关联,从而进一步提高自己的盈利能力,使自己的创业之路走得更加漫长。

参考文献

- [1]胡存梅.大学生在创业过程中利用微信营销的现状及其对策研究[J].电子商务,2017(02):87-88.
- [2]许小龙,王琳,邱红.大学生微信营销模式探究[J].科技致富向导,2015,(9):211-212.
- [3]冯鑫.大学生微信营销面临的问题及对策[J].新闻研究导刊,2015(8):258-259.

作者简介:金佳虹(1993-),女,汉族,籍贯:浙江绍兴,学历:本科,单位:浙江树人大学,研究方向:大学生思想政治教育。