

微信表情包在企业品牌营销中的价值

乔雪

(哈尔滨工程大学船舶装备科技有限公司,黑龙江 哈尔滨 150000)

摘要:在新媒体的繁荣发展下,微信表情包获得了更广泛的使用,它也逐步成为现代企业提高品牌还有市场关注度的重要途径。为了让微信表情包可以充分的发挥应用价值,本文分析企业品牌营销时微信表情包的应用价值,探索企业品牌营销时微信表情包的应用方法。

关键词:价值;品牌营销;企业;微信表情包

[DOI]10.12231/j.issn.1000-8772.2021.09.285

1 引言

在社交网络繁荣的发展下,人们开始通过简单符号或者自制图像等进行沟通,它们即人们常用的表情包。在各类表情包内,往往有着构图较为夸张,趣味性明显等特征,它属于流行文化,已经深入了人们的生活。而在企业的品牌营销时,对微信表情包的灵活使用,也能让品牌营销获得理想效果。

2 企业品牌营销时微信表情包的应用价值

在表情包的的实际应用中,正在依托微信、QQ等强大的用户量及社交网络的发展,日渐活跃于各大平台,尤其在微信平台内,人们对表情包的应用显得更为广泛,这让表情包可以有更多机会变成企业宣传的重要工具,使其在品牌营销时,能够充分发挥应用价值。

2.1 表情包有利于企业的品牌特色塑造

在网络营销中,确保大众对企业品牌有所认知,属于营销的关键任务,企业一般能利用互联网,对品牌形象快速树立^[1]。在品牌推广中,对表情包的应用,能让用户对互动积极参与。表情包存在的独特性,使其能在推广中充分发挥关键作用,在现阶段,更多品牌也尝试通过表情元素,对品牌特色进行打造,对企业文化进行传递。在IP大热的形势下,通过企业专用的形象进行传播,让表情包增加了用户接受度。比如旺旺等人们熟悉的品牌,它们被做成微信的表情包后,则营销事件可以让表情包反过来提高曝光率,使得产品充分提高知名度。

2.2 表情包有利于企业盈利模式多样化

企业表情包上架后,可以采取免费下载模式,也可以开通赞赏模式。企业表情包通过使用者打赏实现盈利。同时,当使用者打赏企业所创作表情包后,也表示使用者对企业形象的认同^[2]。其次,在利用表情包逐步积累粉丝之后,企业可以借助表情包的实际行动,进行周边衍生产品的生产销售,如挂饰、公仔、毛绒玩具等,从而帮助企业实现盈利模式多样化。

2.3 表情包拓宽了企业品牌营销的流通范围、加快了其传播速度

现阶段,人们的生活离不开网络,通过网络对产品信息进行发布推广也是企业营销的重要组成部分。在表情包文化影响下,人们降低了思考的压力,它以更轻松且更快的速度被用户接受,通过表情包进行品牌营销,已经变成企业营销的新方式,同时也让用户更快获取到更多更有趣的商业信息。

3 企业品牌营销时微信表情包的应用方法

根据使用对象、应用场景的不同,企业表情包一般会分为五种类别:员工日常使用类、重要节日类、营销服务类、企业产品专用类、领导专用类等五类表情包。企业可以利用萌萌的表情包与用户建立更深度的联系,促使用户能对企业的品牌符号更加深刻的了解,让用户对企业形象的了解更为直观。在以表情包进行品牌营销时,企业可以尝试以下几类方式。

3.1 通过表情包让企业和用户拉近距离

除了员工日常使用的表情包外,企业在对外的商业活动中,往往利用表情包的推广,使得团队能够得到大众更多注意,通过表情包有趣的互动增加品牌的粘性,让品牌营销更为成功^[3]。比如,在家电或者

保险类产品的线上平台销售服务中可以应用企业专用的营销服务类表情包,增加产品亲和力和售后服务的流畅。在重要节日中,企业为宣传品牌,也可以对重要节日类、领导专用类的表情包进行应用,将表情包参考品牌内容、产品形象灵活创新起来,由代言人、企业领导、宣传部门人员等进行配合,在微博等平台发布节日类的表情包,让表情包及对应的品牌得以推广,让话题讨论量可以得到充分的增长。同时,企业还可以在产品的销售或者售后服务过程中,使用的产品专用表情包及营销服务表情包,丰富用户的消费体验,增加用户参与感,让企业形象在轻松愉快的服务氛围中得以提升。

3.2 通过表情包协助品牌形象的打造

在网络中,表情包有着传播广泛的明显特征,且不受时间、空间等因素的限制,它的应用能让产品的具体特点潜移默化的被用户所了解。比如,在现阶段漫画、饮料等团队,都会在微信平台上架对应形象的表情包,利用表情包不断走入大众的互联网生活,使得漫画、饮料产品的知名度能够不断提升。在一些商业活动中,企业也可以通过产品专用的表情包实现与消费者的交流互动,在微信平台内,表情包有着难以撼动的重要地位,企业在品牌营销中,若能在表情包内搭载产品,则能让产品潜移默化的被用户所认同,提高品牌营销的效果。

3.3 利用表情包成为企业广告的载体

在早期,表情包的出现属于一类恶搞行为,在网络上,最初也诞生了很多恶搞式并被大众广泛传播的表情包,比如网友们经常使用的天线宝宝、尔康、熊猫头等表情包。一些个人或产品,也会在网络的影响下因表情包所“走红”,让表情包变成艺人包装、产品宣传等的重要手段。而在一些国际上都存在一定知名度的品牌中,他们往往存在专有的企业品牌形象及品牌 logo 符号,在现阶段,这些企业也已经尝试将品牌形象、表情包进行结合,以此对企业文化进行传递和宣传,并且取得了一定效果,这也值得企业在品牌营销中进行学习。

4 结束语

在现阶段,受互联网的繁荣发展所影响,新媒体获得了迅速发展,在网络文化中,趣味丰富的表情包,逐步成为网民进行情绪表达的一类主要方式,表情包也逐步深入了人们的生活。鉴于微信表情包的充分影响力、传播程度,它在企业进行品牌营销时,能够起到较大的价值及作用。企业表情包对内使用可以提升企业文化,增加员工交互和互动感。企业的商务人员和运营人员对外使用企业表情包,一方面提升企业品牌形象,一方面使消费者参与互动加深消费者或潜在客户群对企业的认同和信赖感。

为此,企业应该对品牌营销的传统思维进行改变,积极学习通过表情包进行品牌营销的各类方式,对新的营销方式积极实践应用,让表情包能在营造活动中发挥更大作用,创造更大价值。

参考文献

- [1]廖文静.微信公众平台统计功能对企业微信营销的意义[J].现代营销(经营版),2019,No.324(12):92.
- [2]钟涛.新媒体时代传统企业品牌营销策略研究[J].现代营销:学苑版,2019(4):69-69.
- [3]罗美琪,魏周思宇,侯玲.企业微信公众号运营模式分析[J].电脑迷,2019,000(002):218-219.