

电子商务环境下的市场营销路径探索

韦欣

上海金昌机电设备有限公司, 上海 201600

摘要： 伴随近几年我国信息技术水平和社会经济的不断发展，电子商务在商业领域中的地位愈发突出。为更好适应新时代发展趋势，企业应深刻认识到电子商务环境下市场营销策略实施的重要性，合理利用网络平台，不断调整发展理念和模式，以此能够在最大程度上满足消费者多样化需求。与此同时，企业还要深入把握电子商务对市场营销的影响，之后根据具体情况，制定具体的营销策略。基于此，文章重点探究电子商务环境下的市场营销路径，旨在为企业可持续发展创造良好条件。

关键词： 电子商务；市场营销；路径

Exploration of marketing paths in the e-commerce environment

Wei Xin

Shanghai Jinchang Electromechanical Equipment Co., Ltd. Shanghai 201600

Abstract： With the continuous development of information technology and social economy in China in recent years, the position of e-commerce in the commercial field has become increasingly prominent. In order to better adapt to the development trend of the new era, enterprises should deeply recognize the importance of implementing marketing strategies in the e-commerce environment, make reasonable use of online platforms, constantly adjust development concepts and models, and thus meet the diverse needs of consumers to the greatest extent possible. At the same time, enterprises need to deeply grasp the impact of e-commerce on marketing, and then develop specific marketing strategies based on the specific situation. Based on this, the article focuses on exploring the marketing path in the e-commerce environment, aiming to create favorable conditions for the sustainable development of enterprises.

Keywords： e-commerce; marketing management; route

在现如今数字化时代背景下，电子商务特点鲜明，表现在高效、便捷、全球化等方面，极大地改变人们的购物方式以及商业运作模式。传统的市场营销方式在电子商务环境下面临诸多挑战。在这种背景下，企业应顺应电子商务发展趋势，深入探索新的市场营销路径，从而不断提升自身市场竞争能力。

一、电子商务对市场营销的影响

(一) 消费者行为的变化

1. 购物方式发生转变

电子商务能够让消费者不受时间和空间的限制，随时进行购物。具体而言，消费者可直接通过手机、电脑等设备对商品信息进行浏览。在这过程中消费者可通过价格比较、阅读评价等方式，根据自身需求进行购买^[1]。

2. 信息获取渠道的增加

作为消费者，可在电子商务环境下利用多个渠道，如搜索引擎、社交媒体、在线论坛等，以此获取关于商品的信息和评价。这样能够帮助消费者进行理性购物，而这也对企业市场营销提出更多的要求。

3. 个性化需求不断增强

电子商务平台可在大数据分析等技术手段的支持下，对消费者购物习惯和偏好进行全面了解，之后为消费者提供具有个性化的商品推荐和服务。这不仅极大地满足消费者个性化需求，还切实提高其满意度^[2]。

(二) 市场竞争格局的改变

1. 竞争范围的扩大

电子商务的出现改变以往地域限制带来的弊端，这使得企业面临的竞争不再局限本地市场，而是来自全球各地。对于这种情况，需要企业不断加强竞争能力，并对市场营销进行创新和探索。

2. 竞争方式的转变

电子商务环境下的价格竞争依然激烈，但是企业更多是从用

作者简介：韦欣（1984-08），男，汉族，大专，江苏泰州人，研究方向：市场营销。

用户体验、品牌建设以及服务质量方面进行竞争。在这种背景下，企业应不断提升自身品牌形象和口碑，以此能够吸引更多的消费者^[3]。

二、电子商务平台的优势分析

结合电子商务平台具有的优势，表现在广泛的用户覆盖、低成本高效益、数据分析能力、互动性强等方面。

（一）广泛的用户覆盖

众所周知，电子商务平台拥有十分庞大的用户群体，这给企业带来更为广阔的市场空间。利用该平台，企业能够接触到全球各地的潜在消费者，进而达到拓展市场的目的。另外，平台还为企业提供更精准的市场推广工具，具体表现在用户画像、定向广告等，促使企业能够精准锁定目标客户，不断提高品牌知名度和产品效率^[4]。

（二）低成本高效益

相较于传统的市场营销方式，电子商务平台在营销成本方面具有更为明显的优势。在实际中，企业可通过对社交媒体营销、搜索引擎优化、电子邮件营销等方式的使用，能够在降低成本的基础上达到预期的营销效果。这些不同的营销方式，既能够帮助企业进一步扩大品牌影响力，还可通过精准定位不断提高转化率，从而实现销售业绩增长的目的。另外，电子商务平台还为企业提供丰富的营销工具和资源，主要包括优惠券、限时折扣等，这有效降低了企业整体营销成本。

（三）数据分析能力

电子商务平台可在大数据分析技术的支持下，对消费者行为和需求进行全面了解。企业可通过平台提供的数据分析工具，对消费者各方面情况进行深入挖掘，包括购买记录、浏览习惯、偏好等，以此为企业提供更精准的市场定位和营销策略。对于这种数据分析能力，不仅能够帮助企业更好满足消费者需求，还可根据对市场趋势以及消费者行为的预测，制定合理的商业策略^[5]。

（四）互动性强

电子商务平台给企业和消费者提供进行高效且便捷的互动渠道。企业能够通过多种方式与消费者进行实时沟通和交流，如在线客服、评价系统、社区论坛等，以此能够有效掌握消费者的反馈和意见。对于这种互动方式，有助于企业进一步提升服务质量和客户满意度。

三、电子商务环境下的市场营销策略

为更好适应新时代发展趋势，企业在电子商务环境下应采取合理的市场营销策略，以此不断提升市场竞争能力，为实现可持续发展目标创造良好的条件。在制定营销策略方面，企业应从精准定位目标客户、优化网络营销、提升客户体验和建立完善的售后服务体系方面进行。

（一）精准定位目标客户

在现如今电子商务背景下，企业要想保障营销策略实施的有

效性，首先要能够精准定位目标客户群体。在这方面，企业需借助大数据分析技术具有的功能，对消费者的行为数据和偏好信息进行深入挖掘。通过对数据信息的分析，企业可对潜在的目标客户进行精准识别，接着在这基础上制定合理的市场营销策略。具体来说，大数据分析技术可帮助企业从大量的数据中提取具有价值的信息，具体包括消费者浏览行为、社交媒体互动、购买历史等。通过对这些数据深入分析，企业能够构建出具体的消费者画像，进而理解患者需求。接着，根据获取的信息，企业开始设计具有个性化的营销方案。这样做，在提高营销资源利用效率的同时，还给消费者带来更为优质的服务体验^[6]。

（二）优化网络营销

1. 社交媒体营销

企业应结合目标客户群体和营销目标，选择符合需求的社交媒体平台，如利用微信与消费者进行一对一的沟通和服务；利用微博开展品牌推广和事件营销活动；利用抖音平台对产品进行短视频营销，并开展互动活动。针对这些不同的社交媒体平台，需要企业了解其具有的特点和用户行为，随后制定合理的营销策略。如，在微信上通过公众号推送企业产品的内容，以此达到吸引用户关注和分享的目的；在微博上可通过明星代言或话题营销，不断提高品牌的知名度和影响力；在抖音上则可通过展示创意短视频和挑战活动。另外，企业还要注重内容发布的价值。通过提供有趣且有情感的内容，能够更好地引起用户关注。如，在社交媒体平台上发布有关产品的使用教程、生活小贴士等，可满足用户需求；发布搞笑、励志且感人的短视频，能够更好地引起用户情感共鸣。

2. 电子邮件营销

（1）建立电子邮件列表

在建立电子邮件方面，需要通过多个渠道，如网站注册、线下活动、社交媒体等，对用户电子邮件地址进行收集。如，在网站上课通过设置注册表单，鼓励用户注册并提供电子邮件地址；在开展线下活动时，对用户的名片进行收集或填写调查问卷，以此获取用户电子邮件地址；在社交媒体平台上，则可通过发布具体的活动信息，引导用户留下电子邮件地址。完成电子邮件的收集后，还要注重对列表的分类和管理。在这方面，需要企业结合用户兴趣爱好、购买行为等多个因素，将用户分为不同的群体，随后制定具有针对性的邮件营销策略。如，针对新用户，可通过发送邮件、优惠券等，引导用户进行首次购买；对老用户，则可通过发送产品推荐和促销活动邮件，不断提高用户复购率。

（2）设计有吸引力的邮件内容

在设计邮件内容时，首先在邮件主题方面，要做到简洁明了，且富有吸引力，这样做能够更好地引起用户兴趣。如，采用“新品上市”“限时优惠”“免费领取”等关键词，激发用户的好奇心，从而打开邮件。其次，邮件内容要简洁、清晰、具有价值。如，通过对多媒体元素的使用，包括图片、图表、视频等，达到增强邮件吸引力和可读性的目的。此外，还可通过提供使用教程、产品推荐、优惠信息等内容，不断满足用户需求。在整体设计方面，应达到美观、大方且专业，与企业品牌形象和风格相

符。如，邮件内容设计过程中可采用企业标志、颜色以及字体等元素，以此不断提高邮件的辨识度。与此同时，还要注意邮件的排版和布局，确保邮件内容容易理解。

（3）定期发送邮件

企业根据实际情况制定邮件发送计划，定期向用户发送邮件，并与用户保持密切沟通与联系。如，企业可每周或每月给用户发送一次邮件，主要目的是向用户推荐新产品、促销活动以及行业动态等内容。在这个环节中，要特别注意邮件发送的时间和频率，避免在用户忙碌时间发送邮件。

3. 内容营销

（1）确定内容主题

企业需结合实际情况，包括产品和服务特点、目标客户群体需求和兴趣等，以此明确内容营销的主题。如，对销售健身器材的企业，可围绕“健康生活”、“运动健身”、“减肥塑形”等方面确定主题。对于内容主题，要体现出针对性、实用性和趣味性特点，只有这样才能够更好地吸引用户关注。与此同时，企业还要注意内容主题的时效性和热点性。根据目前社会热点和行业趋势，制定合理的内容营销策略。

（2）创作高质量的内容

在创作内容方面，要保障其具有价值和高质量，以此更好地满足用户需求。如，通过撰写博客文章、拍摄图片、制作视频等，给用户介绍产品的优势、功效以及使用方法等；通过对行业动态、专业观点、用户案例等分析，为用户提供一定的参考。另外，内容要具有专业性、可读性和原创性特点，不可出现抄袭或复制情况，与此同时，企业还要确保内容的形式和风格，只有这样才能更好适应不同用户需求。在这方面，可通过使用生动且有趣的语言，不断增强内容的可读性和吸引力。此外，还可采用图表、视频、图片等多媒体元素，不断丰富内容整体的表现形式。这样做不仅能够更好地吸引客户，还极大地提高内容质量，切实提高企业在市场中的发展水平，满足社会经济可持续发展需求。因而，企业应注重对内容的高质量创作。

（三）提升客户体验

为进一步提升客户体验，企业有必要对网站设计和用户界面进行合理优化。首先，在网站布局方面要做到简洁明了，这便于用户进行浏览和操作，避免用户在浏览网站过程中出现较多的广告和弹窗，进而影响用户体验。在这个环节中，企业可采用扁平

化设计风格，将网站内容划分不同的板块，这样做有助于用户快速获取需要的信息。其次，对网站的导航栏要进行合理安排，促使用户能够更好地对网站页面进行浏览。与此同时，导航栏在设计方面可采用下拉菜单、面包屑导航等多种方式，以此不断提高导航栏的易用性。再者，伴随近几年移动互联网的深入发展，不少用户开始使用平板电脑、手机等移动设备访问网站。为此，网站的设计应采用响应式设计，从而满足不同屏幕尺寸和分辨率要求。

（四）建立完善的售后服务体系

在建立完善售后体系方面，企业应从以下几个方面进行：一是，立足实际建立专业的客户服务团队，以此为用户提供更为优质的服务。对于客户服务团队，应具备良好的沟通能力和服务意识，促使其在实际工作中能够及时且准确地回答和处理用户问题。与此同时，企业还要提供多种客户服务渠道，具体包括电话、邮件、在线客服等。这样做能够让用户随时与客户服务团队进行联系。在这过程中，要能够保障整个客户服务渠道响应及时，切实提高用户满意度。二是，建立合理的售后服务政策，对售后服务内容、流程以及标准进行明确。如，制定具体的商品的退换货政策、维修政策以及质保政策等，促使用户能够清楚了解自身权益和义务。另外，企业要严格按照标准和要求执行售后服务政策，在最大程度上保障用户的权益。三是，结合各方面情况和需求，建立详细的用户问题和投诉处理机制，在第一时间处理用户的问题和投诉。作为客户服务团队，在工作中要能够认真、耐心地听取用户提出的问题和投诉，深入了解用户需求，并及时采取相关措施。针对用户的问题和投诉，需要做好分析和总结，以此找出问题出现的根源以及解决办法，防止类似问题再次发生。

四、结语

综上所述，随着电子商务的持续发展，给企业市场营销带来诸多机遇和挑战，为进一步提高市场竞争能力和水平，企业首先要能够深刻认识到电子商务对市场营销产生的影响，其次在实际工作中能够充分发挥电子商务平台具有的优势，根据具体情况和需求制定合理的市场营销策略，为此满足社会经济可持续发展需求，为自身企业稳定健康发展奠定良好基础。

参考文献

- [1] 王芳芳. 电子商务环境下服装企业市场营销分析[J]. 化纤与纺织技术, 2022, 51(8): 106-108.
- [2] 王睿. 电子商务背景下企业营销策略的变革路径与措施分析[J]. 国际公关, 2022(24): 131-133.
- [3] 高原. 基于乡村振兴的电子商务促进皮革产业发展路径——评《乡村振兴的九个维度》[J]. 皮革科学与工程, 2023, 33(1): 后插2-后插3.
- [4] 何凤丹. 电子商务环境下企业市场营销模式分析[J]. 商场现代化, 2023(4): 25-27.
- [5] 程亚楠. 电子商务环境下的农产品网络营销策略分析[J]. 现代营销, 2022(8): 130-132.
- [6] 邱靖涵. 电子商务背景下市场营销观念转变对企业管理的影响及策略分析[J]. 品牌研究, 2022(4): 36-38.