

# 跨境电商群直播商业模式下的品牌营销分析

■ 陈莹

(广西团校, 广西南宁, 530001)

## 一、引言

随着我国直播网络经济的不断兴起,这一商品销售模式的优势也在逐渐显现。在微信群直播中,跨境电商平台可以直接展现商品的优势,进而吸引消费者进行消费,在整个过程中,因为主播和消费者的互动性较强,且直播的气氛较为热烈,所以能显著提高跨境电商的产品销量。因此,为进一步扩大跨境电商的传播面积,提高其传播速度,需要从品牌入手来做好营销工作。

本文分析了跨境电商群直播的商业模式特点和群直播在商业模式发展过程中存在的问题,并且从创新直播故事感品牌内容、制定新的零售渠道、抓住直播的特色进行定价、做好品牌服务、借助明星的力量来吸引消费、增加消费者对品牌的信任和从消费者的需求入手来提供产品七个方面分析在群直播商业模式中进行品牌营销的方法。

## 二、跨境电商群直播的商业模式特点

### (一)和消费者之间的互动性较强

在群直播之前,需要先预热,通过预热来增强营销效果。然而不论是在营销时,还是在预热过程中,要想提高产品的销售效率,都少不了和观众进行互动。商品的销售者可以利用大数据信息化平台来分析消费者的客户画像,再按照分析的结果来展开营销。在掌握了客户画像的基础上,要想进一步提高品牌的营销效率,还可以结合公司的品牌特点来对营销方法以及营销思路进行创新,以使客户在直播中可以直观地感受到品牌的优势,强化营销效果。另外,在直播过程中,直播形式能够让观众直接地感受到品牌的优势,同时将品牌的优势之处分析给消费者听,还能使品牌与消费者产生紧密联系,更好地进行交互。

### (二)提升产品品质

无论是传统的营销模式还是以直播为主的新型营销模式,想要更好地激起消费者的购买欲望,提升商品品牌的影响能力,就必须从产品的品质入

手做好相关工作。在微信群进行跨境商品营销的过程中,为了让消费者更好地感受到实体店的现场氛围,主动参与商品选购和商品消费,需要通过实时直播的方式来调动消费者情绪,让消费者置身于直播气氛中,进而引导消费者完成消费。跨境电商的直播营销模式除能够让消费者更加直观地接触到商品之外,还能够让商品生产者直接和消费者接触,并根据消费者提出的意见和建议对商品内容进行有针对性地调整,进而提升商品的总体质量。这样能提高消费者对商品的满意度,进而提升营销效率。



图1 跨境电商直播营销

### (三)带动多方共赢

群直播主要是站在个性化和自动化的角度来开展营销。社群中的机器人能够以实况转播的方式使不同社群中的直播内容实现同步,进而将不同社交媒体中的使用者联系在一起。因为社群机器人在普及过程中所耗费的资金较少,且使用效果较好,所以其成为了一种能够带动多方实现共赢的重要手段。在直播过程中,商家会不断筛选消费者,以获得优质的潜在消费者,从而进一步提高品牌的影响力和扩大品牌的影响范围,为商品的营销创造良好契机。

### (四)在群直播中最终提升营销价值

对社群使用者较多的客户端进行分析,可以看出微信、QQ和新浪微博这三种客户端是目前社

群建立范围最广的三种客户端。因此,为了进一步提升社群直播中的直播价值,发挥出直播的最佳效果,可以从以上三种社群中选择合适的社群来完成直播。在直播之前,需要对直播受众做好筛选工作,面向合适的直播受众来开展营销,以提升营销的效率,让营销流量最终能够变现。这一做法除了能彰显跨境产品的核心营销价值,还能够提升品牌的影响力。

### 三、群直播商业模式发展过程中存在的问题

#### (一) 社群的主导权难以把握

对购买跨境电商产品的社交媒体社群成员进行画像分析,可以看出这部分成员普遍具备较强的自我意识,因此,直播通常需要得到消费者的认同才能够进行。而且,因为这一消费群的营造程度较高,所以会在一定程度上对营销效果产生影响。在一些较高端的消费群中,消费者的议价能力也较强,因此在营销时往往要加大商品的折扣力度,导致跨境电商的产品利润被压缩,并影响到其经营和发展的效果。

#### (二) 群直播商业模式所需面对的政策风险

2016年4月,我国首次出台了针对网络平台的直播整顿方案。该方案涉及了较多的直播平台,对直播平台的运营和发展的不规范行为造成了一定程度上的打击。国家严格管控对我国直播业务的繁荣具有重要的意义,也是保证直播健康发展的必然之举。因此,相关工作人员在进行直播操作时应站在合法角度对直播流程和直播内容进行创新和改造。基于社群的直播业务虽然不属于专业的直播软件,但这一行为仍属于第三方企业的行为,因此在日后的发展过程中也应遵守相关政策的规定,以防埋下风险隐患。

#### (三) 跨境电商对营销效果过分期望

电商直播和娱乐直播平台上的直播有着明显差别,前者具有明确的流量转化和商品的变现需求,这一需求会导致跨境电商直播对社群的传播效益要求愈发严格,因此需要在保障社群质量的同时,进一步扩大社群的数量。直播工作人员在完成直播任务时,应当精心设计直播内容和把握直播时机,以获得最大化直播效果,为公司争取更大的利益。但是,因为社群直播属于一次性直播,主要展示相关产品的质量以及使用效果,所以需要根据用

户的反馈来进一步完善直播内容。除此之外,为了使直播产生的流量成功变现,相关工作人员还需要打赢信息差战,不断追求商品的质量和营销的效果,以真正留住商品购买者。

#### (四) 缺乏传统媒体的仪式美感

跨境电商产品在营销工作中着重强调的是产品的真实感,因此,在销售过程中,销售方会不断强调产品的真实性能以及其使用效果,利用声音和大字报的形式来感染消费者,从而使消费者能够在直播中消费,进而实现直播的流量变现。在直播前的准备和直播过程的演示过程中,如果没有对直播现场做好有效且完全的准备,就可能导致直播时出现画面粗糙、抖动的现象。而且,如果工作人员的应变能力参差不齐,也会对直播的效率和直播的效果产生很大影响,使直播营销丧失缺乏传统媒体的美感。另外,在营销过程中,还可能因为消费者方的不配合而出现直播事故,进而对营销效果造成打击,导致营销效果不佳。

### 四、群直播商业模式中进行品牌营销的方法

#### (一) 创新直播故事感的品牌内容

跨境电商对自身的直播方式和直播内容进行创新时,需要从品牌出发来创新故事感的品牌内容,进而引起观众的注意,让观众能够对接下来的直播过程产生兴趣。同时,为了突出品牌直播的创新性特点,需要挖掘品牌的内涵,创新品牌的直播方法和直播内容。例如,在对一些游轮的环球旅行项目进行推广时,可以将直播营销的场景设置在游轮上,以此为基础来吸引游客的注意力,使游客能在线参与到旅游场景的展示中,进一步提升营销效率。另外,在营销过程中,不仅可以发挥品牌方的营销作用,还可以聘请一些明星,依靠明星的影响力和粉丝效应吸引明星的粉丝前来观看直播内容,进而提升直播场景对消费者的吸引力。

#### (二) 制定新的零售渠道

在营销工作开展过程中,为了更好地提升营销效率,还需要进一步强化和同类品牌之间的区别。除此之外,因为这种跨境电商品牌在进行广告投放时会产生一些如用户流失等的负面现象,所以,为了保持用户的整体数量和增加用户的购买量,必须进一步拓展营销的销售渠道,以新型渠道来增强营销效率和营销效果,以减少营销过程中所需要耗费

的成本。

### (三) 抓住直播的特色展开定价

因为跨境电商群直播本身具有一定的实时性和互动性,所以在对直播产品进行定价的过程中,需要考虑到直播环境对直播产品定价的影响因素。在引流成功后,想要将流量变现,就必须让消费者直观感受到品牌本身的吸引力,进而在营销人气旺盛的氛围中销售产品,获得最大的经济利润。为达到这个目的,除了要针对消费者群体进行准确定位,按照消费者的客观需求来展开营销工作,还需要从直播的特色出发来进行定价,以进一步提升品牌的直播营销效率,使消费者在参与直播的过程主动消费。当然,除营销产品之外,品牌方还可以开展群直播的打赏活动,通过打赏道具的购买来实现变现,并进一步加强和观众互动。

### (四) 做好品牌服务

从本质上来说,要想提高营销效率,就必须做好营销产品,以营销产品的质量来带动营销效率的提升。以小米产品为例,在营销过程中,小米直播间会有许多粉丝前来观看,粉丝效应能进一步提升小米产品的订购率。直播营销受众选择小米产品的主要原因就是基于对小米产品本身性能的认可,并且,因为小米产品在宣传和开发过程中会营造出良好的直播氛围,所以能吸引大量的潜在消费者,而这些潜在消费者又会进一步强化小米产品的营销效果。消费者在观看直播的过程中被营销者所创造出的营销气氛所打动,在后续直播过程中就会为自己感兴趣的品牌买单。因此,为了更好地提升营销效率,必须切实做好品牌服务。

### (五) 借助明星的力量来吸引消费

在营销过程中,商家除了可以利用传统方法来提升自身的经济效益,还可以聘请明星代言,利用明星的影响力和粉丝效应来引导消费,获得更多直播受众。同时,参与直播的明星和网红也能够在带货的过程中获得经济收入,并进一步扩大自己的影响力,提升个人的粉丝数量和人气。在明星代言的基础上,品牌可以更好地提升自己的知名度和影响力,进而增强品牌的营销效应和营销效果,让品牌在消费者心中扎根,获得消费者的青睐。在运营直播过程中,运营商可以从销售中获得庞大的直播群体客户流量,进而以直播流量变现的方式来提升直播平台的影响力。如此来看,借助明星力量来进行直播营销能够实现三方共赢,从而为我国直播行业的发展打下坚实基础。

### (六) 建设消费者对品牌的信任

商家在品牌营销过程中,以明星、网红带货等手段来带动直播间的气氛,既可以吸引消费者购买商品,高效完成营销的任务,还可以进一步建立起消费者对品牌的信任,让消费者主动关注品牌的后续消息,进而产生对品牌的依赖感。但是,就实际情况而言,想要消费者对品牌产生依赖感是比较困难的。因此,在建设商品品牌的过程中,必须积极做好商品质量的把控和优化工作,以此提升消费者收到商品后的满意度,使其自然而然地对商品产生信任感。建设消费者对品牌的信任,能在潜移默化中推广该商品,让商品的影响力和影响范围得到进一步扩大。诚信经营是企业生产和立业根本。在品牌营销过程中,企业应当积极承担诚实守信的经营义务和管理义务,进而维护好企业的形象。

### (七) 从消费者的需求入手来提供产品

在网络消费和营销互动的时代下,商家在销售过程中要想获得更好的营销效果,就必须和消费者建立起完善的沟通交流机制,并在沟通交流期间对消费者的信息进行全面收集,以了解消费者对产品的使用需求。在当前经济环境的影响下,要充分发挥营销效果,商家必须站在消费者的角度来对销售内容进行创新,以提高企业的营销效率,让企业的直播营销商品成为消费者喜闻乐见的产品。消费者在参与营销的过程中,已经逐渐成为了新产品的见证者和参与者,因此,为了让产品能切实符合消费者的期望,可以通过开展问卷调查和其他形式的调查来获取消费者的需求和建设方面的信息,进而对直播方式与内容有针对性地进行完善,提升消费者对产品的满意度。

## 五、结语

随着我国逐步向信息化和网络化方向发展,无论是信息技术还是大数据技术都在不断更新迭代。在其支持下,直播营销变得日益普遍,网络消费也变得愈发频繁。网络营销给当代年轻人的日常生活和工作都带来了较大影响,因此,为了更好地提升跨国电商企业的经济效益,必须对当前的跨国电商营销方法和营销原则进行创新,通过群直播商业模式来获得最佳的品牌营销效果。

【作者简介】陈莹(1984—),女,广西桂林人,硕士研究生,讲师,广西团校,研究方向为青年工作、青年外事工作、电子商务。