



基于网络直播互动营销视角 下的品牌塑造

汇报人：

汇报时间：2024-02-06

目录



- 网络直播互动营销概述
- 品牌塑造在网络直播中重要性
- 网络直播互动营销策略分析

目录



- 品牌塑造在网络直播中实践案例
- 面临挑战与解决方案探讨
- 未来展望与趋势预测



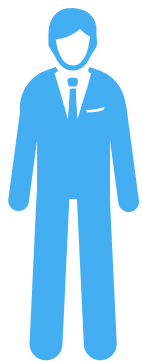
01

网络直播互动营销概述



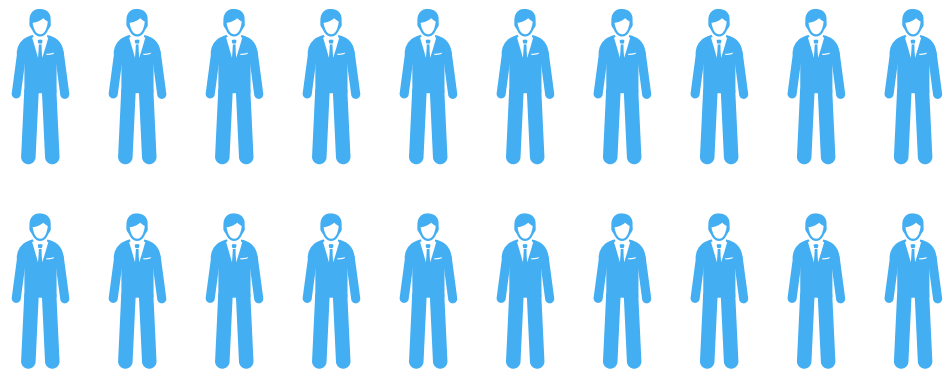


网络直播发展现状及趋势

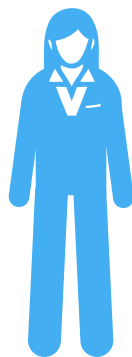


01

发展现状

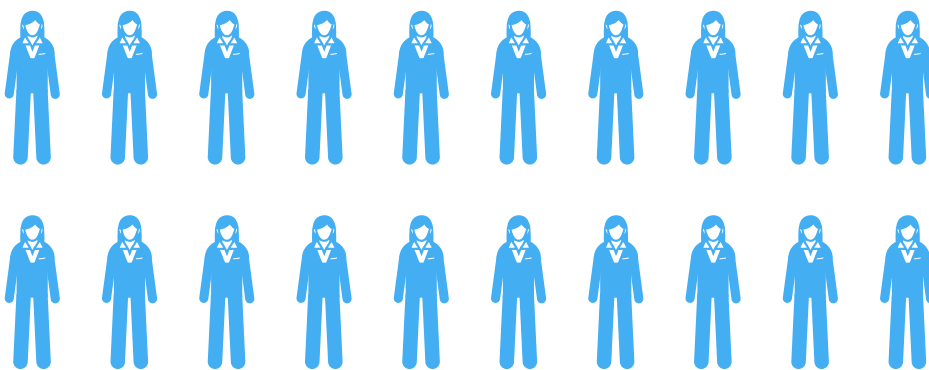


网络直播已成为互联网时代的重要产物，吸引了大量用户和资本投入。各大平台纷纷推出直播功能，涵盖了娱乐、教育、电商等多个领域。

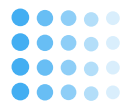


02

发展趋势



随着网络技术的不断发展和用户需求的日益多样化，网络直播将朝着更加高清、流畅、互动的方向发展，同时，直播内容也将更加丰富和专业化。



互动营销概念及特点



概念

互动营销是指企业通过与消费者之间的互动交流，实现品牌推广、产品销售和客户关系维护等目标的一种营销方式。



特点

互动营销具有双向沟通、实时反馈、个性化定制等特点，能够帮助企业更好地了解消费者需求，提高营销效果。



网络直播与互动营销结合优势

01

增强用户参与感

网络直播的实时互动特点使得用户能够更加积极地参与到营销活动中来，提高了用户的参与感和粘性。

02

扩大品牌影响力

通过网络直播，企业可以将品牌形象和产品信息传递给更多的潜在用户，从而扩大品牌的影响力和知名度。

03

提升销售转化率

网络直播能够直观地展示产品的特点和优势，同时配合互动营销手段，能够有效地激发用户的购买欲望，提高销售转化率。

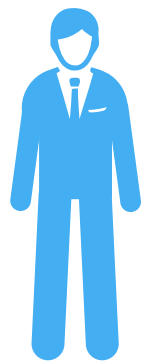


02

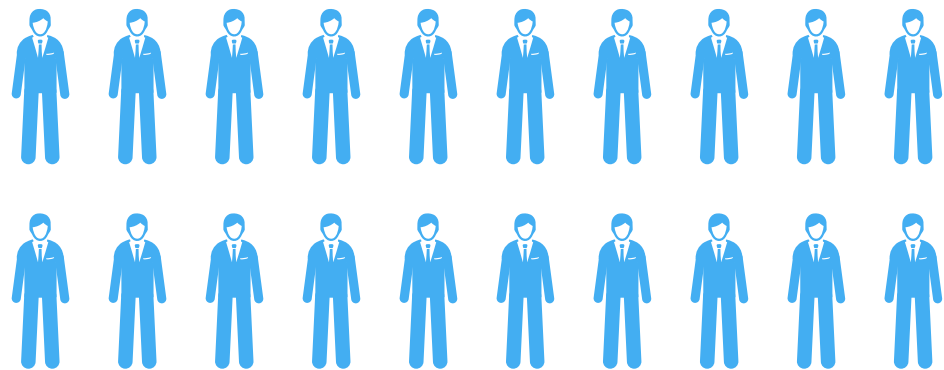
● 品牌塑造在网络直播中重
要性 ●



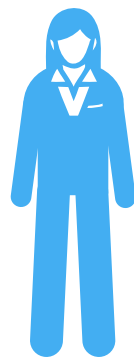
提升品牌知名度和美誉度



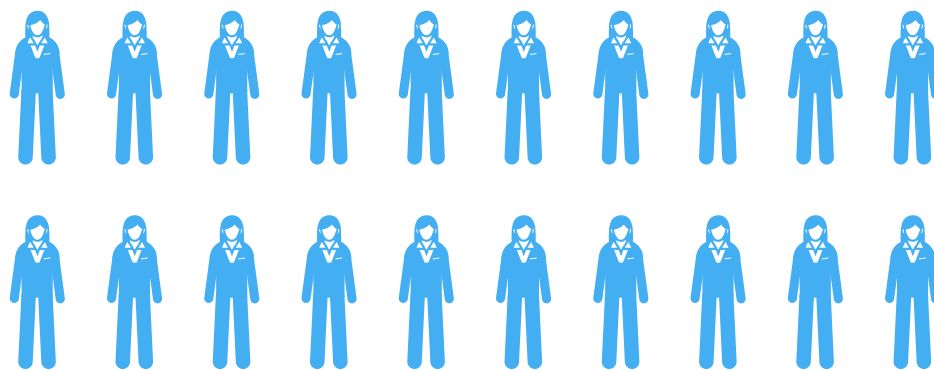
01



直播互动营销能够快速吸引大量观众关注，通过主播的口播、展示和互动环节，将品牌信息有效传递给目标受众，从而提升品牌知名度。



02



在直播过程中，观众可以通过弹幕、评论等方式实时发表自己的看法和感受，这种互动形式有助于形成良好的口碑传播，进而提升品牌美誉度。



增强消费者忠诚度和购买意愿



通过网络直播互动营销，品牌可以与消费者建立更加紧密的联系，及时了解消费者的需求和反馈，从而调整产品和服务策略，满足消费者的个性化需求，增强消费者忠诚度。

直播营销中的优惠活动、限时折扣等促销手段可以激发消费者的购买欲望，同时主播的推荐和演示也能帮助消费者更好地了解产品特点和优势，提高购买意愿。

扩大市场份额和竞争力

网络直播互动营销打破了地域限制，使得品牌能够触达更广泛的潜在受众群体，从而扩大市场份额。

通过与竞品的对比展示和差异化营销策略，品牌可以在直播中凸显自身优势和特点，提升在目标市场中的竞争力。





03

● 网络直播互动营销策略分析 ●





精准定位目标受众群体

01

确定目标市场

通过市场调研和数据分析，明确品牌的目标市场和潜在消费者群体。

02

消费者画像

构建详细的消费者画像，包括年龄、性别、地域、消费习惯等信息，以便更精准地定位受众。

03

个性化需求识别

针对不同消费者群体的个性化需求，提供定制化的直播内容和互动方式。



创新直播内容与形式设计



01

内容创新

打破传统直播模式，尝试新颖、有趣、富有创意的直播内容，吸引观众眼球。

02

形式多样

采用多种直播形式，如访谈、互动游戏、才艺展示等，增加观众参与感和粘性。

03

技术应用

利用先进技术，如虚拟现实、增强现实等，打造沉浸式直播体验，提升观众兴趣。

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：
<https://d.book118.com/238117046137006077>