

博客营销E时代魅力无限的营销创新 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/473/2021_2022__E5_8D_9A_E5_AE_A2_E8_90_A5_E9_c67_473805.htm 博客由英文单词BLOG（WEBLOG的缩写）翻译而来，其原意是“网络日志”，但随着互联网技术的迅猛发展和博客的广泛应用，博客已经完全超越了“日志”的原始内涵，融会了信息传播、时事热评、情感交流、营销宣传等多种功能。世界一些著名的国际性公司，如微软、惠普、宝洁、IBM、波音、迪斯尼、Oracle、通用汽车、尼桑等等，也早已先知先觉洞察到网络经济时代博客所具有的无与伦比的巨大优势以及博客营销对市场可能造成的颠覆性力量，率先开展博客营销，并已领先群伦，赢得优势，创造卓越。企业博客化的大潮风起云涌，博客营销时代已经来临。博客营销五功能到目前为止，理论界和企业界对企业博客的认识仅仅停留在博客是重要的营销窗口、分销渠道、推销工具、公关媒介、沟通手段、市场调研方法或信息传播与交流平台等技术性、工具性层面，这是远远不够的。开展博客营销应该从网络经济时代网络已经成为人们的生活方式的广阔视野和企业全方位发展的战略高度认识博客对企业营销的重大意义：博客营销是网络经济时代企业的生存方式，是网络经济时代潜力无穷的营销模式创新。博客以其超强的即时性和互动性，极高的可见度、可搜度和可信度，巨大的影响力以及无边界传播等特质，为企业创造多方面的营销价值。具体而言，博客的营销功能主要表现在以下五个方面。1．塑造顾客忠诚企业博客可以通过双向互动式、参与式的沟通和交流，有效地向现实顾客和潜在顾客

传递产品和服务的信息，激发他们参与对话的热情，倾听他们的反馈意见，创造优质积极的顾客体验，建立长期的合作伙伴关系，塑造顾客忠诚，培养忠诚顾客。

2．提高顾客大脑占有率现代社会市场竞争由争夺顾客、提高市场占有率向争夺顾客思维空间、提高顾客大脑占有率转变，企业博客通过创造顾客与企业持续对话的空间，传递企业对顾客的特别尊重，锁定企业为顾客提供的独特价值，占据顾客的思维空间，提高企业对顾客大脑的占有率。

3．提升品牌知名度品牌是企业重要的无形资产，品牌资产的价值以其知名度为基础。品牌知名度的提高是企业品牌信息广泛传播的过程，是品牌形象深深根植于顾客心田之中的过程。企业利用博客宣传品牌针对性强，可信度高，更可以促进品牌的忠实顾客分享美好的品牌体验，传播强烈的品牌情感和热爱，大大提升品牌知名度和美誉度。

4．化解公关危机风云变幻的市场往往暗藏激流险滩，一旦不利于企业的事件、传闻发生，企业可以利用博客及时发表文章，积极与社会公众沟通，澄清事实，表明态度，引导社会舆论，抵御博客蜂群的进攻，有效地化解危机。

5．发掘市场机会博客可以最大限度地调动顾客参与企业的生产和经营活动的热情，鼓励他们提供价值非凡的信息和好点子。顾客发表的评论、留言，甚至抱怨、牢骚等，都可能蕴涵着改进产品、开发新产品的创意和开拓新市场的灵感，有利于启迪企业营销人员的智慧，发掘新的市场机会，加速创造力的迸发。

100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com