

鞋服企业创新微博营销引领品牌新跨越 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/645/2021_2022__E9_9E_8B_E6_9C_8D_E4_BC_81_E4_c40_645878.htm 鞋服企业创新微博营销引领品牌新跨越 最近，市场频频再掀一股营销热潮，从外资到内资，从全国到区域，各种营销模式层出不穷。诸如鞋服企业纷纷“织围脖”并织得风生水起。与此同时，一呼百应的微博，再度被企业家认为是最佳的营销工具。毫无疑问，微博已经成为企业营销的新宠，是企业推广品牌形象及产品销售的重要渠道。只要能吸引大量粉丝，所发布的商品信息就会被迅速转发和浏览，而每一个粉丝背后就是一个消费者，如此快捷、即时而又成本低廉的渠道自然受到鞋服经营者的青睐。于是，越来越多的企业也陆续试水微博营销，纷纷开通官方微博积攒人气。但是，对于如何经营微博，完善内容，使微博具备更广泛的传播力，还有待各大营销专家破解。微博的持续营销力如何衡量还存在空白，各大门户网站对于鞋服企业的微博管理与运营也还在探索过程中。值得注意的是，微博营销成功与否其实要看企业投入多少、与消费者的沟通是否有效，渠道建立是否合理。企业对微博营销应用水平不同，收到的效果也就不同。与传统媒体不同，微博上直白的广告不但不会引起关注，还会引起网友的厌恶。善于抓热点，加强线上线下的互动，有人情味，及时回应你的用户，才是微博营销成功的要点。与此同时，也有业内人士提出，中国鞋服企业要学着用创新思维的方式来经营微博。而对于企业官方微博应当如何认证、如何竞价等尚无规定，这必然也会引发了人们进一步的思考与关注。据DCCI互

联网数据中心预测，到今年年底，中国互联网不重复的微博独立用户数将达1亿个，2013年年底将达到2.53亿个左右。可以说，微博营销的潜力是不可估量的，因为微博营销对于鞋服企业而言，可谓是几乎“零成本”运作，这也是传统营销模式无法比拟的。但是与此同时，我们还亟需注意到，微博营销其实只是在一定程度上帮助企业获得更多的客户群以及经营收益。鞋服企业要想把利润空间控制在理想的范围内，还应从自身经营模式的改变层面寻求突破。编辑推荐：微博营销知识专题 网络营销知识专题：搜索引擎 电子商务师网络营销案例分析汇总 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