

新媒体时代跨境电商平台运营研究

谢丽 严佳娣

(贵州黔南经济学院, 贵州黔南 550600)

摘要: 随着社会的不断发展, 互联网及相关移动设备日渐普及, 新媒体时代也随之应运而生, 在此背景下, 跨境电商作为当前国际贸易的发展引擎之一, 若是能够利用好新媒体这一新兴工具, 必将为整个跨境电商行业的发展带来深刻变化。本文在新媒体时代背景下探析跨境电商平台的运营因素, 展望我国跨境电商的发展方向, 帮助跨境电商把握机遇、迎接挑战。

关键词: 新媒体; 跨境电商; 运营

近年来, 跨境电商的获客渠道愈加多元化和碎片化, 这得益于移动端应用的增长与成熟以及海外新媒体营销渠道的不断崛起, 新媒体平台去中心化的布局被广泛接受, 并且随着当前数字经济的智能化, 新媒体在助力跨境电商的发展中有着非常重要的作用, 跨境电商企业可以运用新媒体给企业提供更为广泛的平台来提升知名度, 也能通过借助新媒体策划出与品牌有关的优质内容, 将企业的品牌、产品信息真实且有效地展现给潜在用户, 发挥企业的正面效益, 智能化地向用户推送其感兴趣的内容, 提升用户参与度, 运用好粉丝经济, 实现营销的最终目标。

一、相关理论依据

(一) 新媒体营销的含义及特点

在移动新媒体时代, 跨境电商企业应当抓住机遇运用好新媒体营销工具传播品牌形象、做好产品的推广与销售, 新媒体营销是以新媒体平台为传播和购买渠道, 把相关产品的功能、价值等信息传达目标群众, 以便形成记忆和喜欢, 从而实现品牌宣传、产品销售目的的营销活动。当前国内较为火热的新媒体平台如微信公众号、微信小程序、微博、抖音短视频、小红书等平台。在新媒体营销中, 多数用户既是信息的传播者又是信息的接受者, 新媒体已经成为人们生活中不可或缺的部分, 深刻地改变着人们的生活方式。

新媒体信息传播的特点主要包括: ①传播方式双向化: 信息在传播方和接受方之间的双向传播, 具有较强的互动性; ②传播形式移动化: 移动互联网的发展, 新媒体的移动性在于用户可以随时随地接收信息, 通过手机等移动设备实时地浏览自己感兴趣的内容; ③传播越发个性化: 运用新媒体用户可作为信息的发布方个性化地表达自己想要输出的内容和选择想要浏览的讯息, 降低信息传播的门槛提升了营销效果; ④传播内容的多元化: 新媒体时代的信息传播迅速, 用户能实时接收信息并做出反馈, 传播内容也更加丰富和多元化, 集文字、图片、音频、视频为一体的内容增加了信息的密度和广度。

(二) 跨境电商的内涵及意义

跨境电商的内涵是指分属不同关境的交易主体, 通过电商平台达成交易、进行支付结算, 并通过跨境物流送达商品、完成交易的国际商业活动。它的意义在于以互联网平台为基础推动经济一体化、贸易全球化发展。跨境电商对于消除经济贸易障碍, 使贸易走向全球化具有至关重要的积极意义, 同时它正在新媒体的影响下发生巨大变化。于消费者而言, 跨境电商使其轻而易举地获取全球商品信息并买到性价比高的商品; 于企业而言, 跨境电商多维且开放的合作模式能够拓宽企业进入国际市场的路径, 促进资源的优化配置与企业间的互利共赢。

二、跨境电商平台运营分析

跨境电商平台运营最直接的目的就是促成交易双方达成交易,

要想形成交易活动的前提条件是商品信息要具备流量, 倘若店铺没有流量或者流量不精准在一定程度上说明我们产品不受欢迎, 其次是商品的转化率, 无论在哪个跨境平台做什么类目, 运营的其中一个核心因素一定是转化率。

(一) 跨境电商平台的流量来源

众所周知, 做好跨境电商经营的基础是平台得有流量, 跨境电商平台的流量主要包括内部流量、外部流量以及搜索引擎。内部流量主要来源于平台前期用户的积累。在新媒体时代跨境电商平台的流量在平台前期的积累上应多挖掘新媒体平台等外部流量, 例如用户通过博客、软文、视频中的超链接进入到平台而来, 这就需要利用新媒体对跨境电商平台进行有效的营销推广来增加平台的曝光。搜索引擎流量可分为自然流量和付费流量, 传统的竞价投放广告有一定优势的情况下也存在一定的弊端, 因而新媒体时代跨境电商平台应该通过新媒体营销做平台的搜索引擎优化, 从搜索引擎渠道提升平台的流量。

(二) 跨境电商平台的转化率

所谓转化率就是指将流量转化为订单的概率, 做好跨境电商的经营提升转化率至关重要。一般情况下, 跨境电商平台所售商品的属性及品质, 详情页的详细程度, 品牌的影响力, 客服的专业程度等等因素都影响着平台的转化率。商品的属性及品质方面: 涉及到商家入驻时能否确保所售商品为优质好货。详情页的详细程度方面: 商品详情页详细程度非常重要, 因为其不仅要尽可能详细展示产品的相关信息, 更承担着触发消费者购买欲望的重要作用。品牌的影响力方面: 大部分用户在购买商品时认为品牌会为商品质量带来一定的保障, 考虑品牌的权重较大, 因此, 在跨境电商平台中打造优质品牌做好店铺首页也非常重要。客服的专业程度方面: 客服作为用户和平台连接的重要模块, 一个专业的客服能够让用户更好地信任平台, 因此客服要深入掌握产品相关属性及专业知识, 在用户咨询中专业地做好相关的咨询工作。

(三) 跨境电商平台的机遇与挑战

在许多业内人士看来, 新媒体时代跨境电商迎来其新的历史时机。根据相关数据显示, 2020年跨境电商进出口总额1.69万亿元, 其中, 出口1.12万亿元, 增长了40.1%, 在未来的一段时间里, 我国外贸进出口仍将继续保持高速增长。在新媒体时代下, 跨境电商平台使人们的购物越来越便捷, 与此同时其安全支付问题也被备受关注。目前, 支付安全主要依赖于网络防火墙和身份识别功能, 能直接提高支付安全性能的有效手段之一就是增强防火墙的保护力度。身份识别功能现在已经有了很多方式, 无论是哪一种方式都是在识别用户身份唯一性的基础上上来确保用户在平台交易中的安全。

新媒体的迅速发展给跨境电商平台带来新的挑战, 不少跨境电商平台在竞争过程中逐渐失去优势。然而, 新媒体时代下的跨

跨境电商平台运营应该顺应新媒体发展的趋势,借助新媒体营销工具加快商品信息的传播速度、促进跨境贸易,有效降低跨境电商平台的运营成本。但是在当前的新媒体时代背景下,跨境电商平台如何在互联网市场竞争压力越来越大的情况下更好地利用好新媒体营销工具进行平台的运营,提升跨境电商平台的竞争力,是现阶段平台运营者应该思考并解决问题。

三、新媒体时代我国跨境电商的发展趋势

在新媒体时代,许多跨境电商企业越来越重视运用新媒体营销工具,例如入驻海外的Twitter、Instagram、LinkedIn、TikTok等新媒体平台,由专业的人员运营账号,传播与企业相关的媒体内容拓展市场,提高账号活跃度与订阅量,加深用户对企业的印象。与此同时企业为适应新媒体的发展,运用多媒体技术进行贸易及信息获取,在未来新媒体营销指明了跨境电商发展的方向。

(一) 发展特征

现阶段,跨境电商整体呈现出个性化、小批量、高频次的特征。而这恰好与我国占多数的中小外贸企业小批量、碎片化的发展步调一致,这些中小外贸企业通过借力新媒体营销工具开拓国际市场。现如今,我国俨然已经成为全球最大的跨境电商市场。

在过去,传统媒体的信息传递具有延时性;当前,背靠新媒体的跨境电商信息传播也同样具备新媒体相关的优势,可以通过Twitter、YouTube、TikTok等海外新媒体即时传播的方式,迅速传播品牌以及商品相关信息,能够拉近商家和消费者之间的距离,实现高效互动、及时反馈,这也正是未来我国跨境电商平台发展的主要特点。

(二) 发展趋势

随着经济全球化、跨境物流和跨境支付的进一步发展,再加上新媒体的不断更新迭代,人们对于跨境电商的发展环境越来越习以为常,我国跨境电商的市场规模将进一步拓展。正是迎合这样的市场环境,我国的跨境电商未来仍然会保持高速发展的总体趋势。

目前,跨境电商模式越来越丰富,从长远来看跨境电商的B2C模式在未来一段时间内仍然是最主要模式,未来我国有望成为全球最大的跨境B2C电商消费市场。在跨境电商的进出口方面,我国的出口仍然占主导,进口持续增长。当下我国的跨境电商出口远高于进口,但从可持续发展角度来看,随着税收体系的完善及进口物流配套的升级,未来我国的跨境电商进口将会成为重要的增长点实现快速增长。

未来,新媒体将助力于跨境电商的发展,得到以新媒体助力的跨境电商将如鱼得水获得新的发展空间,不管是从商品信息传播的广度,还是信息传播的密度而言,都能为跨境电商保驾护航,促进跨境网络交易的进一步发展。

四、新媒体时代我国跨境电商发展建议

(一) 利用新媒体向用户种草商品

传统跨境电商的商品信息显示方式单一,一方面,电商企业的工作人员需要对跨境电商交易、支付、物流等各个环节的信息内容进行全面掌握,才能够确保呈现在消费者面前的电商信息真实且全面;另外,由于跨境电商的产品或品牌信息琳琅满目,以及隔空获取信息等特点,致使消费者在购买商品的过程中无法真切地了解具体的商品,同时也会因为地域文化差异出现信息混淆等问题。所以,跨境电商企业应该利用新媒体向用户种草商品,例如可通过直播等形式展示对产品进行现场展示,这样能够真实、高效地传递产品信息,提升用户对品牌的信任。

(二) 利用新媒体传播跨境电商知识

实现跨境电商知识的传播,是新媒体的又一个重要的任务。首先,跨境电商要想有更好的发展,跨境电商的有关知识就需要得到良好的传播,企业除了应当利用新媒体平台进行产品推广、品牌形象打造等,还应加强企业团队跨境电商知识的学习,可以通过购买有关跨境电商知识、资讯有关课程,例如雨果网的雨课等。其次,跨境电商企业应紧跟潮流,利用当前如火如荼的直播好物分享、构建社群等多种方式实现产品的推广,重视客户对于商品使用体验有关信息的反馈,唯有这样,才能发挥新媒体在跨境电商中的作用。

(三) 完善跨境电商总体法律体系

在跨境电商的交易过程中,需要完善的法律体系对贸易双方的行为进行规范,否则就会容易出现跨境电商平台、买方以及卖方等三方出现权责模糊的情况,长此以往必然会导致我国的跨境电商发展停滞不前。所以,我们必须完善发展跨境电商的总体法律体系,首先是保护全球消费的合法权益,使得消费者保持对于跨境购物的热情。其次是对买卖双方及平台方等主体的权责进行明确,达到约束的作用,在完善的法律体系中为跨境电商的健康发展保驾护航。然后是要对跨境电商的产品合规销售出台具体的海关检验标准,对进出口的商品进行有效的检查和处理,从而确保新媒体时代我国跨境电商快速、高效地发展。

(四) 利用新媒体打造企业品牌

在新媒体时代,跨境电商企业必须运用好新媒体这个工具,提升企业品牌影响力,塑造自身的品牌形象。在跨境电商的浪潮中,企业应紧跟时代步伐推进企业品牌的建设,利用新媒体平台进行产品效益、企业品牌的传播。为满足用户的需求,企业要始终将用户的诉求放在首位,多与用户进行互动或者创造话题互动,给用户带来更好的服务体验,这是企业品牌传播的重要机会,可通过自身的亲身感受来向用户进行反馈,和用户形成零距离交流,这对于企业打造个人品牌而言非常重要。打造属于企业的特色品牌,从而推动企业的发展,让企业焕发新的生机与活力。

五、结语

总而言之,新媒体对跨境电商的发展有着非常重要的作用,跨境电商平台对于新媒体这个工具的运用还有待继续深挖。随着经济全球化的发展,跨境电商市场更加强大,对应的营销手段也会不断创新,我们要重视新媒体与跨境电商平台运营的有利结合,才能推进跨境电商的快速发展。因此,对于新媒体时代的跨境电商,我们要始终以积极、正面的态度对待,才能在实践中推进跨境电商适应新媒体,进而实现跨境电商稳定且可持续的发展。

参考文献:

- [1] 徐梦阳. 新媒体时代如何提高中小企业品牌的国际传播效果——以跨境电商出口为例[J]. 中国商论, 2016(36): 9-10.
- [2] 孙佳. 基于跨境电商在网络媒体营销中的策略研究——以“网易考拉”为例[J]. 传播力研究, 2018, 2(16): 175-179.
- [3] 刘瑞瑞. 新媒体营销对电商平台运营的影响研究[J]. 营销界, 2021(18): 7-8.
- [4] 谢昕彤. 新媒体时代下我国跨境电子商务的发展趋势探讨——以阿里巴巴速卖通为例[J]. 商场现代化, 2018(18): 10-11.
- [5] 刘林珊. 新媒体背景下我国跨境电商发展浅析[J]. 企业科技与发展, 2020(11): 221-223.