

SNS营销方法探析

作者：有故事的人 来源：范文网 www.wtabcd.cn/fanwen/

本文原地址：<https://www.wtabcd.cn/zhishi/a/168487427417474.html>

范文网，为你加油喝彩！

细腻的近义词-齐论



2023年5月24日发(作者：张雨生歌曲)

SNS营销方法探析

摘要：随着互联网的飞速发展，营销方式也变得越来越多样化，而SNS正是营销网络化的时代诞生的新型营销方式。本文简要对SNS营销进行了介绍，并分析了其具有的特点及优势，并根据实际给出了一些现实建议，以及对于盈利模式的分析。

关键词：SNS营销，优势，策略，盈利模式

一、SNS营销的简要介绍

（一）SNS营销的产生背景

21世纪的今天，互联网飞速发展，网络已经深入到人们的生活之中，人们生活中的方方面面都离不开网络，在网络高速发展的同时，电子商务也在蓬勃崛起。而随着市场经济体制的进一步完善，推进市场经济增长方式转变和结构调整的力度继续加大，发展电子商务的需求也将会更加强劲。电子商务将会广泛应用于生产、流通、消费等各个领域和社会生活的各个层面。这将促使全社会电子商务的应用意思不断增强，有关电子商务的政策、法律、法规相继出台，电子商务的政策法律法规也会不断完善。随着互联网的发展，SNS逐渐盛行，通过SNS整合的网络应用形式也越来越丰富。

（二）SNS营销的定义

SNS，全称Social Networking Services，即社会性网络服务，专指旨在帮助人们建立社会性网络的互联网应用服务。如聊天、寄信、影音、文件分享、博客、讨论组群等用户交互方式。SNS主要作用是为一群拥有相同兴趣与活动的人创建在线社区，它是根据“六度分隔理论”建立起来的网站。¹

1

哈佛大学的心理学教授Stanley Milgram (1933 ~ 1984)创立了六度分隔理论,也叫小世界理论。理论指出：你和任何一个陌生人之间所间隔的人不会超过六个，也就是说，最多通过六个人你就能够认识任何一个陌生人。

（三）SNS营销的平台

SNS营销是利用SNS网站的分享和共享功能，在六维理论的基础上实现的一种营销。通过病毒式的传播，问卷调查、产品宣传等可以从一个圈传播到另一个圈，直至把整个SNS网站都传遍。SNS营销相对来说还比较新型，这种互动不仅使人们的生活更加便捷，而且也使人们的生活变得更加丰富多彩。

传统网站内容由网站自身产生，如典型的新闻门户，而SNS社区绝大部分内容由用户产生，并且内容公开，存在各种各样手段方便用户之间共享内容。比如依托腾讯QQ的真实社交网络朋友网，娱乐型社交网站人人网、开心网就是SNS营销的几个典型平台，还比如一些论坛、微博等营销平台，在这些平台上，媒体与受众之间界限模糊，受众与媒体产生双向交流，用户之间也可以自由互动。因此，SNS 社区中，关系较之于内容更为重要。网站与用户之间的关系，以及用户之间的关系都发生了彻底性的改变。由于共同的话题用户聚集在网站上，同一个网站的用户也很容易因为共同的爱好，在网站内形成更小的圈子进行深度交流。

二、SNS营销的特点

（一）资源丰富

无论是综合的SNS还是垂直的SNS，目前均没有特定的用户群体，人员分布

很广泛，分布于全国各地、各行各业。根据“用户就是资源”原理，这带给SNS网站以无限的资源，由广大用户在使用中慢慢的帮助SNS网站积累的资源。

（二）用户依赖性高

由于SNS网站积累的大量资源，SNS 用户可以更快捷的在网站上找到自己想要的，比如找老乡、找自己喜欢的东西等等，通过其他用户提供的资源可以解决这个问题。又如，在SNS可以认识很多志同道合的人，经常上去交流一番，逐渐的形成了一定的用户群体，并具有较高的用户黏度。

（三）互动性极强

SNS网站有着相当好的即时通讯效果，非常方便。在SNS网站人们不仅可以就自己喜欢的、当下热点的话题进行讨论，也可以发消息发给好友，还可以发起投票，提出问题，调动所有人的智慧。

（四）SNS网站的高价值

SNS网站拥有非常高的价值。由于SNS网站丰富的资源，有些用户通过写日志记载了自己的心迹，有些用户通过SNS认识了更多的朋友，有些用户通过在SNS上发软文推广了自己的网站等等。这些都体现了SNS网站的价值所在。

三、SNS营销的阶段过程

（一）T（Touch）接触消费者

在满足用户情感交流、SNS互动、APP娱乐、垂直社区、同好人群等需求方面提供了多种服务和产品，这些产品为广告主接触用户创造了大量的机会。通过精准定向广告直接定位目标消费者。

（二）I（Interest）消费者产生兴趣

精准定向的Banner广告创意与用户群的契合会带来用户更高的关注度，同时来自好友关系链的Feeds信息、与品牌结合娱乐化的APP更容易引起用户的兴

趣，这些兴趣可能是用户的潜在消费欲望，也有可能是受广告创意的吸进引。

（三）I（Interactive）消费者与品牌互动

通过参与活动得到互动的愉悦与满足感。也可以通过APP植入与消费者进行互动，APP植入广告在不影响用户操作体验的情况下传递品牌信息。

（四）A（Action）促成行动

通过消费者与品牌的互动，在娱乐过程中消费者潜移默化地受到品牌信息的暗示和影响，提升了消费者对品牌的认知度、偏好度及忠诚度，从而对用户线上及线下的购买行为 and 选择产生影响。

（五）S（Share）分享与口碑传播

用户与品牌互动及购买行为，可以通过自己的博客等进行分享，而这些基于好友间信任关系链的传播又会带来更高的关注度，从而品牌在用户口碑传播中产生更大的影响。：比如目前有很多家公司将他们的产品和广告植入到游戏中，像伊利牛奶成功的把营养舒化奶植入到人人餐厅小游戏中，王老吉更是开发了“王老吉庄园”，“纯果乐”则是植入到了阳光牧场里，通过“纯果乐乐园”让用户深入了解其生产过程，推广其多种口味的产品，让用户在玩游戏的过程中一步步去了解其产品，显然，这种推广方式比传统营销方式更加精准有效。

四、SNS营销应用于企业的优势

以开心网为代表的SNS（Social Networking Services，即社会性网络服务）网站席卷全国。据统计，目前国内的SNS网民数量约为8000万左右，但是相对于近3亿的网民总数，显然存在一个让人有相当遐想的空间，对于营销自然也就成了一把利器,下面介绍一下SNS具体有哪些优势：

（一）SNS营销可以满足企业不同的营销策略

SNS 最大的特点就是可以充分展示人与人之间的互动，而这恰恰是一切营销

的基础所在。作为一个不断发展和创新的营销模式，越来越多的企业尝试在SNS网站上施展拳脚。根据企业的性质和营销偏好，企业可以开展：

- 1.各种各样的线上的活动。例如，悦活品牌的种植大赛、伊利舒化奶的开心牧场等。
- 2.产品植入。例如，地产项目的房子植入、手机作为送礼品的植入。
- 3.市场调研。在目标用户集中的城市开展调查了解用户对产品和服务的意见。
- 4.病毒营销。植入企业元素的视频或内容，使其在用户中像病毒传播一样迅速的被分享和转帖。

（二）SNS营销可以有效降低企业的营销成本

SNS 社交网络的“多对多”的信息传递模式具有更强的互动性，受到更多人的关注。随着网民网络行为的日益成熟，用户更乐意主动获取信息和分享信息，社区用户显示出高度的参与性、分享性与互动性，SNS社交网络营销传播的主要媒介是用户，主要方式是“众口相传”，因此与传统广告形式相比，无须大量的广告投入，相反因为用户的参与性、分享性与互动性的特点很容易加深对一个品牌和产品的认知，容易形成深刻的印象，从媒体价值来分析形成好的传播效果。因此，营销成本充分降低了。

（三）可以实现目标用户的精准营销

SNS 社交网络中的用户通常都是认识的朋友，用户注册的数据相对来说都是较真实的，企业在开展网络营销的时候可以很容易对目标受众按照地域、收入状况等进行用户的筛选，来选择哪些是自己的用户，从而有针对性的与这些用户进行宣传 and 互动。如果企业营销的经费不多，但又希望能够获得一个比较好的效果的时候，可以只针对部分区域开展营销，例如只针对北、上、广的用户开展线上

活动，从而实现目标用户的精准营销。

（四）SNS营销是真正符合网络用户需求的营销方式

SNS 社交网络营销模式的迅速发展恰恰是符合了网络用户的真实的需求，参与、分享和互动，它代表了现在网络用户的特点，也是符合网络营销发展的新趋势，没有任何一个媒体能够把人与人之间的关系拉的如此紧密。无论是朋友的一篇日记、推荐的一个视频、参与的一个活动、还是朋友新结识的朋友都会让人们在第一时间及时的了解和关注到身边朋友们的动态，并与他们分享感受。只有符合网络用户需求的营销模式才能在网络营销中帮助企业发挥更大的作用。

握好SNS营销方式，无论是企业树立自己的品牌，还是拓展销售产品，都是最直接、最快速达到效果的方法，自然给企业带来丰厚的回报。

五、SNS营销主要策略方法及营销技巧

（

一）SNS营销主要策略

SNS面向个人消费者是免费的。只面对战略结盟者收取少量软件准入许可费。

1、SNS进入市场的战略是结盟掠夺式和侵略性的。

社交网络服务提供商针对不同的群众，有着不同的定位。例如最初的社交网站是用于交友，也有网站专门为商务人士交友提供服务，华人地区类似的网站有位于美国的聚贤堂，不过盈利前景最大的网站依然是婚恋交友网站。此外就是面向年轻人及大学生的SNS网站比较受欢迎，

2、掠夺基于服务器的互联网公司的用户资源

断绝即时通信商依靠销售注册号码盈利的方式，使得他们无法通过广告获得收入。在消费者心目中树立起这类应用根本不需要开发者成本的意识，使他们的

服务器拷牢用户的战略破产。

在消费者心目中形成互联网应用就在自己的机器上的印象。将他们培育的用户顺利地转移到SNS上来。同时，使他们的服务器和带宽成本放大，利用SNS开发P2P游戏，使游戏商发行游戏，不在依赖大量的服务器。从而打乱游戏运营商的垄断梦，让消费者获得更实惠的游戏体验。

3、与创造了信息本身及服务本身的产业伙伴结盟

与电信运营商结盟，免费许可他们在SNS广泛地建立电信传统业务，例如 QQ 短信，免费许可移动运营商使用，而不收取运营商的分成费。但SNS要收取他们的按用户数许可的人头费。

与银行结盟，使在SNS上进行交易的人们可以方便地利用银行的支付系统进行交易活动。SNS许可支付运营商直接在SNS上从事这项业务，而且免费。但SNS要收取支付运营商面向交易者收取的手续费中的一部分，而且做为代理方式获得。

与有形产品供货商、交易安全保险商结盟，供货商可免费从SNS这里获得相关应用程序，并获得SNS的商品登陆目录服务。SNS就是一个EBAY那样的系统，但完全免费开放给供货商，内容供应商使用。其中有需要交易安全保险服务者，可以购买与SNS合作的保险公司的服务业务。但SNS针对保险服务商收取他们的保险费中的一部分代理费。

与个人信息创造者结盟，那些乐于创造信息的个人，他们需要的应用程序可以委托SNS开发，也可以是第三方厂家开发。都是免费的。SNS从他们个人那里收取6%的分成费。

与SNS应用程序及服务商结盟，向第三方开发者开放SNS开发库，他们所开发的应用程序及服务所获得收益由他们自行处理。但SNS要他们在推广市场时和

我们一起促销。

结盟运动的中心只有一个:将SNS发展为一个事实上的标准平台。打击已对生产信息销售信息提供服务的传统生产者和服务者的网站，让生产者和服务者，个人站在我们这一边。

（二）SNS营销方法

1、事件营销或话题营销

BLOG的方式成就了一大批的草根，重要的原因就是事件营销，但是SNS网站虽然有事件的机会产生，但是绝对不适合作为营销的方式进行传播，SNS网站的核心是充分的尊重会员，做一个分享、平等、开放的平台。

2、好友邀请营销

MSN邀请和邮件邀请等方式的大量使用，导致许多人对SNS网站发送的邀请信反感。但是，邮件邀请的确是效果最好的一个营销方式，邮件邀请人都是朋友，在虚拟的网络里，第一能信任的就是朋友，因此好友邀请营销是必须的。这就涉及到怎样找准目标好友的问题或者好友很少的情况下该如何精准的找到好友，就总结以下几点：

朋友的朋友

没有好的方法去加好友，那么可以加一些人气比较旺的人，他们一般都有很多好友，可以去加他们的好友成为自己的好友。我们先找对一批非常精准的目标人群，最好是圈内人脉非常广的人，之后顺着他们的好友线索，一点一点挖掘。

直接搜索相关人群

如果目标人群是发散式的，通过第一条找不到的话，可以用此法。具体方法如下：例如要找体育发烧友。首先，我们先确定国内最有名的体育院校或是院系，然后在SNS的搜索好友中，针对这些院校进行搜索。

通过信息吸引别人来加你

在上面的两个方法都比较难操作时，可以通过发布一些热点的信息来吸引大家的关注，好的内容什么时候都值得推荐。

3、软文营销

软文营销目前是SNS网站比较好的方式之一。因为SNS本身是个刚开始推广的概念，即便行业内的人也需要了解SNS的真正内涵，所以软文营销是必须也是最好的。先让网络行业内的人士了解、使用SNS，然后向网络外的人士宣传和推广SNS的概念以及模式，SNS网站才能发展起来。

4、活动营销

线下的活动是能够快速提高知名度和口碑的主要宣传方式。活动也是传统网站增加会员积极性的重要方式之一，对于SNS来说，活动是最有效最直接的宣传方式，只是传播的速度慢，范围小。绝对是前期网站发展的重要营销方式之一。

（三）SNS营销技巧

SNS是一种聚合的社会化网络，现今国内人气比较旺的SNS网站有开心网、人人网、欢乐网、豆瓣、51、聚友等，大量的实践证明SNS社区拥有更强的粘性、更高的信任度、更有效的口碑力量。今后，使用SNS的用户会越来越普遍，SNS营销将成为网络营销不可忽视的力量。很多欧美的大型企业都在SNS上展现了互联网运营的成功实践，下面就为大家介绍一些SNS营销的技巧：

（1）注册好友。注册成功后，把站内比较活跃的用户都加为好友，提高ID在这个SNS里面的知名度。

（2）加入相关的群组。跟QQ群组一样，通过查找，申请加入多个与推广产品相关群组。列如：股票、外汇、基金、股指期货群。

（3）每天更新日志。分享给好友与群组，引起大家注意。尤其提供一些大

家比较关注的有用信息。SNS社区里面的信息只有被用户认可才有可能被分享，从而达到传播的目的。

(4) 发起热门投票。SNS社区都有一个基本的功能，那就是投票功能。我们可以在SNS里面发起一些投票。一方面可以用作数据分析，另一方面可以提供站内用户对你的关注度。

(5) APP游戏推广。目前SNS社区里面有许多热门的游戏，这些游戏在一定程度上促成了SNS的大力发展。因此，这些游戏在SNS里面是很受欢迎的。利用这些游戏推广网站很有必要。

(6) 高楼下留脚印。很多别人分享的热门的志或者话题访问量非常之高。因此，占个沙发，打个小小的广告是个很不错的选择。

(7) 炒作值得用户分享的热门话题。按照六度空间的理论来推断，一个引人注目话题在SNS社区中不断分享可以传播到SNS每个角落。不同行业的热门话题应该发表到相对应的行业SNS中分享。

(8) 充分利用好每个有用的组件。SNS注册进入后可以通过添加组件把一些有用的组件打开。有用的组件可以分成两大类，一类是感情互动类，通过这些组件可以慢慢加深与好友的感情，对后面的推广非常有帮助。另一类就是推广分享类，通过这些组件可以把要推广的内容渗透进好友的眼球。这两类相辅相成，当感情建立起来后，所宣传的东西就会有人相信了。

六、SNS营销盈利模式

1、代理银行支付系统运营商的支付业务，这一运营商在SNS上支持的商户，每产生一笔交易，SNS的将获得交易额的1%到2%。但SNS自己并不做支付业务运营商，目的是发挥支付运营商的积极性，扩大交易市场的总份额。

2、开发各类交易系统，引入交易安全保险商业务，SNS从中代理其交易安

全保险业务。每个交易保证手续费，SNS可从中获得1到5%的代理费用，这一交易安全保险业务商就是中国银联这样的金融组织。

3、OEM许可证交易:预计大型企业需要SNS的特殊技术许可，并委托SNS为其定制解决方案，这将成为SNS的直接技术交易收入来源。

4、战略合作交易费:某些特殊应用将有某些行业垄断公司需要使用，这包括网络电视运营商，他们如果需要特殊的应用，就必须获得SNS的技术授权。

5、开发并经营SNS上垄断性的业务:SNS拍卖交易系统是SNS需要进行垄断经营的具体业务应用，这是商业全球化的趋势所决定的，因为销售者更为重要，物质已经极大丰富，

要真正做好SNS，合适的产品，合适的SNS群体，较好的人脉活力维持，较好的服务意识，用心去展示自己的产品，这些都是必不可少的成功条件。

[参考文献]

[1]曹玉月,董娟.SNS 网站发展浅析 [J] .新闻爱好者,2008,(11):48-49.

[2]许彬. 理性细分务实开放- SNS的现在和未来[J]. 新兴传媒, 2009(5): 52-54.

[3]袁梦倩. 论SNS 新型社交网络的传播模式与功能[J]. 传媒论苑, 2009(4): 78- 80.

[4] 黄超麟.SNS 盈利模式初探[J]. 互联网周刊,2008(4) .

贾琪-我的时间我做主

图怪兽

梦想

-- D R E A M Y --

更多 在线阅览 请访问 https://www.wtabcd.cn/zhishi/list/91_0.html

文章生成doc功能，由[范文网](#)开发