

营销4I理论:网络营销新媒体营销的一个核心指导原则

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/170143862537014.html>

范文网，为你加油喝彩！

节约用水调查报告-王姑娘

奋斗
本就不是我们想的那么简单
你若没有一颗不渝之心
又怎能配得上
说你在奋斗？



2023年12月1日发(作者：大学生活)

营销4I理论：网络营销新媒体营销的一个核心指导原则

市场营销有很多理论，如4P、4C、4I等。其中4I理论，肖运华个人觉得，非常适合作为网络营销和新媒体营销的一个营销策略指导原则。因为4I理论就是基于互联网营销而生的嘛——气质高雅，血统纯正。

不妨先来认识一下4I理论。

4I理论定义：随着网络媒体的发展，信息开始过剩，按照传统的营销理论，已很难适应新媒体的传播，把内容整合的有趣（Interesting）、给用户带来利益（Interests）、做到和用户互动（Interaction）、让用户彰显个性（Individuality），这一营销理念应运而生。——（PS，古振定义）

根据以上定义，可以知悉4I理论较适用于追求大范围幅度广的营销信息传播方式，像网络营销中的内容营销、微信营销、互动营销、自媒体营销等，都可以基于4I理论制定基本的或整体的营销策略。

再通过百度搜索4I理论，结果就出来了，取其要点如下：

4I理论其实是指4个营销的原则。分别是：

1. Interesting 趣味原则

中国互联网的本质是娱乐属性的，在互联网这个“娱乐圈”中混，广告、营销也必须是娱乐化、趣

味性的。

华哥理解：不论

是新媒体内容运营、还是基于品牌传播的互动广告，都应追求有“趣”。传统广告

追求的是创意，而在互联网时代，应该追求是则是带有好玩有趣属性的创意。

2. Interests 利益原则

营销活动如果不能为目标受众提供利益，必然寸步难行。

华哥理解：

我为什么要参加你们的活动？这个对我有什么好处？要站在用户的角度，去倾听用户的心声，去认识并分析人类心中的贪欲（即人性的弱点之一），再通过营销方式手法技巧等，去撩拨或激发出用户的欲望，引导用户并促使其产生更进一步的行动。

再次，理解利益原则对于网络广告（特别是效果类广告如SEM）投放很有帮助，在基于用户利

益的纲领下，调整文案或创意及有针对性地制作着陆页面突出对用户的利益点，对于转化提升不无益处。

此外，在营销中有一个无风险承诺法则（常用于着陆页面），可以配合使用。

ction互动原则

充分挖掘网络的交互性，充分利用网络的特性与消费者交流，扬长避短，让网络营销的功能发挥至极致。

华哥理解：互动本身就是网络媒体的特色，如果能把网络营销做到高度互动，那是极高的水平。要做到做好真心不容易。

duality个性原则

个性化的营销，让消费者心理产生“焦点关注”的满足感，个性化营销更能投消费者所好，更容易

引发互动与购买行动。

华哥理解：个性化
的营销就是让用户感觉到某个广告或营销活动就是专门为他/她而设的，其“潜
藏在冰山之下的虚荣心”得到无形地满足，从而容易产生冲动消费（特别是女性群体）。现在大
数据时代到来，数据相对会越来越准确，很多网络广告平台都能细分用户群体，可以选择有针
对性地对某些群体开展营销方案，这样离个性化的营销就越近。现在的网络营销趋势是在不断
地接近个性化。

来看看网络上别人对4I理论的理解：

只要真爱就好-秋天作文100字



名言

青，取之于蓝而青

于蓝；冰，水为之而寒
于水。

——《荀子·劝学》



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