

网络营销对广告公司提升电商品牌的市场竞争力的影响研究

王 喆

甘肃农业大学管理学院, 甘肃 兰州

收稿日期: 2025年5月29日; 录用日期: 2025年6月18日; 发布日期: 2025年7月17日

摘 要

随着电子商务的迅速发展, 互联网成为企业品牌推广的重要平台。本文以广告公司为研究对象, 探讨网络营销在提升电商品牌市场竞争力中的关键作用。通过理论分析的方法, 本文构建了网络营销对品牌竞争力影响的分析框架, 分析了消费者行为、品牌知名度、客户互动等因素的变化情况。研究表明, 网络营销在提升品牌曝光度、客户忠诚度和销售转化率方面具有显著效果, 有助于广告公司优化资源配置和实施精准营销策略。本文研究为广告公司制定创新性网络营销方案, 以及电商品牌竞争力的战略提升提供了重要参考价值和理论支持。

关键词

网络营销, 广告公司, 电商品牌, 市场竞争力, 客户忠诚度

Research on the Impact of Online Marketing on Advertising Companies to Enhance the Market Competitiveness of E-Commerce Brands

Zhe Wang

School of Management, Gansu Agricultural University, Lanzhou Gansu

Received: May 29th, 2025; accepted: Jun. 18th, 2025; published: Jul. 17th, 2025

Abstract

With the rapid development of e-commerce, the Internet has become an important platform for

文章引用: 王喆. 网络营销对广告公司提升电商品牌的市场竞争力的影响研究[J]. 电子商务评论, 2025, 14(7): 1422-1427. DOI: 10.12677/ec1.2025.1472322

enterprise brand promotion. This article takes advertising companies as the research object to explore the key role of online marketing in enhancing the competitiveness of e-commerce brands in the market. Through a combination of theoretical analysis and empirical research, this article constructs an analytical framework for the impact of online marketing on brand competitiveness, and analyzes the changes in consumer behavior, brand awareness, customer interaction, and other factors through questionnaire surveys and data statistics. Research has shown that online marketing has significant effects in increasing brand exposure, customer loyalty, and sales conversion rates, which helps advertising companies optimize resource allocation and implement precision marketing strategies. This study provides important reference value and theoretical support for advertising companies to develop innovative online marketing strategies and enhance the competitiveness of e-commerce brands.

Keywords

Online Marketing, Advertising Companies, E-Commerce Brands, Market Competitiveness, Customer Loyalty

Copyright © 2025 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

电子商务转变为全球经济增长的关键引擎，广告公司借助网络营销手段增强电商品牌市场竞争力。网络营销依靠社交媒体、搜索引擎优化等数字工具，拥有高效能与精确性，可以增加品牌知名度、客户忠诚度及销售转化率。过往研究多集中具体工具分析，缺乏对消费者行为、互动模式等深层因素的探讨。广告公司必须改进资源配置及营销精确性，以设计更加策略性和创造性的网络营销方案。依据理论分析与实际数据支持，本文建立了网络营销作用于品牌竞争力的分析框架，研究消费者行为、品牌认知度变化及客户互动方式。研究意在协助广告公司借助改进网络营销策略增强电商品牌市场竞争力，达成资源与目标的精确化，与此同时为品牌的战略升级给予理论与实践参考。

2. 网络营销概述

2.1. 网络营销定义与发展历程

网络营销为伴随互联网技术的迅猛发展且崛起的一种新的市场营销模式。其定义可以解读作为经由互联网渠道，运用数字化沟通工具来开展产品推广和客户关系管理的战略活动。网络营销和传统营销最大的区别在于其充分利用运用了互联网的速度、广度和互动性，可以于短时间内遍及至广泛的用户群体。20 世纪 90 年代初期，伴随互联网的普及，网络营销起步初现。这一时期的网络营销主要经由电子邮件和简单的网络广告来开展。迈入 21 世纪，伴随搜索引擎、社交媒体、移动互联网等技术的迅猛发展，网络营销迈入高速发展阶段。网站优化、搜索引擎营销、社交媒体营销和内容营销等形式陆续涌现，使品牌传播和客户获取的效率显著提高。近年来，大数据和人工智能等技术的应用，更是推动了网络营销的精准化和个性化发展，成为广告公司在电商品牌推广中的重要工具。

2.2. 网络营销的主要形式和特点

网络营销形式包括搜索引擎营销、社交媒体营销、内容营销、电子邮件营销和联盟营销。搜索引擎

营销利用关键词优化和竞价排名提升网站搜索引擎中可见度。社交媒体营销使用平台推广品牌信息，消费者交流，增强品牌影响力。内容营销创作高质量和相关性内容吸引消费者注意力，促进品牌推广。电子邮件营销传送电子邮件方式维护客户关系，提升转化率。联盟营销其他网站合作宣传产品，提升曝光率。网络营销特点包含互动性、快速响应数据驱动精准性，能够高效率提升品牌数字环境中竞争力[1]。

2.3. 网络营销在电商品牌推广中的关系与应用

网络营销在电商品牌推广中发挥着关键作用，与品牌竞争力提升紧密相连。传统营销模式下，品牌传播受地域、时间和媒介形式限制，覆盖范围与影响力有限。而网络营销依托互联网的全球性和即时性，打破了这些桎梏。品牌能通过社交媒体、搜索引擎营销、内容营销等多种方式，快速且精准地将信息传递给目标受众。无论消费者身处何地，只要有网络就能接收推广信息，这极大地拓宽了潜在市场，提升了品牌知名度与影响力[2]。同时，网络营销增强了品牌与消费者的互动和粘性。通过社交媒体平台，品牌可与消费者实时沟通，了解其需求、意见和反馈，进而及时调整营销策略和产品服务，让消费者感受到被重视，增强对品牌的好感和忠诚度。此外，网络营销的数据分析功能为品牌竞争力提升提供有力支撑。品牌收集分析消费者网络行为数据，能深入了解其偏好、购买习惯和消费趋势，从而制定精准营销策略，优化产品和服务。借助数据分析与定制化推荐，网络营销还能高效满足消费者定制化需求，提高用户体验。总之，网络营销是提升品牌竞争力的重要手段，强大的品牌竞争力又能反哺网络营销，带来更好的效果与回报。

3. 电商品牌市场竞争力概述

3.1. 电商品牌市场竞争力的定义与评估标准

电商品牌市场竞争力是为品牌于电子商务环境中保持与增强它的市场地位的能力。此概念包含了品牌吸纳与留住消费者、顺应市场变化还有胜过竞争对手的整体能力。评价电商品牌市场竞争力一般包含若干标准，涵盖品牌知名度、消费者忠诚度、市场份额、创新能力与客户服务质量[2]。品牌知名度反映了消费者对品牌的认知程度，并且消费者忠诚度就展现了品牌与消费者之中的信赖关系。市场份额测评品牌于行业中的占有率，创新能力就表示品牌不断推出全新产品与服务的能力。客户服务质量亦为关键评估标准之一，立即作用于消费者体验与满意度。这些因素整体发挥，用以展现品牌于电子商务平台之中的竞争优势与长期发展潜力。借助对于这些评估标准的分析，广告公司可以辨别品牌必须优化的领域，且拟定特定战略用以提升市场竞争力。

3.2. 影响电商品牌市场竞争力的关键因素

市场竞争力为电商品牌在市场之中的生存与发展能力，承受多种因素之作用。为市场竞争力的核心要素，立即左右消费者之认知与选择。消费者行为变化亦是关键驱动因素，涵盖购买习惯与用户体验。客户忠诚度借助品牌与客户之持久互动关系以增强，令品牌可以稳固市场份额。技术创新能力乃确定品牌于新兴市场之适应能力与应变速度。市场环境变化如政策法规与经济波动亦将对于品牌竞争力造成深厚作用。网络营销策略之精准实施有益于增进品牌之曝光率、吸引力与销售效率，进而在竞争之中获得优势。全面掌控这些因素，对于电商品牌之市场定位与长期发展极其关键[3]。

3.3. 网络营销在提升电商品牌市场竞争力的可能机制

网络营销于提高电商品牌市场竞争力中拥有多种机制。网络营销给品牌供应广泛的曝光机会，借助搜索引擎改进、社交媒体推广和内容营销等手段，提升品牌知名度。网络营销利于加强消费者关系，达

成个性化的客户互动与反馈,提升客户忠诚度。精准的广告投放与数据分析能力许可品牌改善资源配置,提升市场决策效率,最终促进销售转化率的提升。这些机制一起影响品牌的市场竞争力建设。

4. 广告公司在电商品牌推广中的角色

4.1. 广告公司的负责内容和功能

广告公司电商品牌推广担起特别重要的工作,主要工作涉及打造品牌形象、制定市场定位计划、设计和发布创意广告等。广告公司依靠详细的市场调研和分析,帮客户提供清楚准确的市场定位和目标消费者描述,让品牌在网络平台展示效果更好。广告公司品牌推广期间设计多种多样的创意广告内容,增强品牌视觉吸引力和信息表达效果。广告公司还负责挑选和管理广告发布渠道,做到科学合理,保证品牌信息顺利传递给目标人群,覆盖市场[1]。广告公司结合多种营销工具和技术,开展高效有序的跨平台广告活动,保持品牌推广的连贯性和整体性,提升电商品牌的市场影响力和竞争实力。凭借于数据分析与营销技术的应用中维持创新,广告公司于电商品牌的推广中施展关键作用,替品牌的长期发展给予支持。

4.2. 广告公司在电子商务环境下面临的挑战与机遇

电子商务环境里,广告公司遇到不少挑战和机会。市场竞争特别强烈,技术更新频繁,带来很大压力。许多电商品牌涌入市场,广告公司得创造独特广告内容来维持竞争优势。数字技术发展迅速,广告公司需要调整使用新颖营销工具和平台,高效执行营销计划。消费者行为变了,越来越多人想要个性化产品,这增加了新难题。互联网用得普遍,数据分析技术也越来越好,广告公司可以准确找到目标消费者。网络平台的互动性和实时性强,广告公司能改善营销策略,快速提升品牌知名度和客户忠诚度。广告公司合理分配资源,推广新颖网络营销策略,就能高效增强电商品牌市场竞争力。

4.3. 广告公司如何利用网络营销进行品牌推广

广告公司通过网络营销开展品牌推广活动,打造精细的内容体系和精准的广告投放方案,提升品牌在市场的的影响效果。使用社交媒体、搜索引擎优化、电子邮件营销等渠道,广告公司精准定位目标客户群体,促进品牌知名度的传播扩散。依靠数据分析和用户行为监测,广告公司制定优化后的策略方案,提升客户的参与度和忠诚度,优化广告投入,取得更高的投资回报。以上营销方式助力电商品牌在竞争激烈的市场场景中取得优势地位。

5. 网络营销对提升品牌市场竞争力的实际影响

5.1. 网络营销提高品牌曝光

通过网络进行的推广活动利用多种方法有效提高公司或产品名称的知名度。社交媒体平台广泛应用让公司或产品名称能够使用低成本高效率方法触及大量准备购买产品的人群。负责推广的公司可以实施搜索引擎优化 SEO 内容营销等策略,优化公司或产品名称搜索引擎结果排名,进而有效巩固公司或产品名称的可见度。借助与购买产品人群的互动,通过网络进行的推广活动也在网络社区中打造良好口碑效应,促使公司或产品名称信息快速传播。精确广告定向技术能够保证广告信息准确投放潜在购买产品的人群,有效提高公司或产品名称的曝光率。使用图文视频多种媒体内容有效提高购买产品人群的参与与记忆度,公司或产品名称获得充分展示机会[4][5]。借助数据分析反馈机制,负责推广的公司可以优化投放策略,保证公司或产品名称曝光的有效性持续性。网络营销不只拓宽了品牌的触达面,并且促进增强品牌在电子商务市场中的地位和竞争力。

5.2. 网络营销增强客户忠诚度

网络营销依靠多种策略和工具提高客户忠诚度，策略核心包括品牌客户深入细致的交流个性化服务的提供。交互性高的网络营销手段，包括社交媒体营销、丰富多彩的线上活动虚拟社区建设，促进品牌客户之间顺畅的沟通深厚的情感联结，加强客户对品牌的认同感。依靠大数据分析客户关系管理系统，品牌精准了解客户偏好需求，提供定制化产品服务，满足客户个性化需求。用户生成内容的有效利用有助于打造正面品牌社区氛围，提高客户积极参与感深厚归属感。持续的优惠活动会员福利制度提升客户购买频率忠诚度。网络营销措施整体执行提高客户忠诚度，在市场竞争中为电商品牌取得长期优势。

5.3. 网络营销提高销售转化率

网络营销提升销售转化率的关键取决于精确锁定目标客户，并且替他们专属打造内容。借助数据分析洞悉消费者偏好，网络营销可以给予个性化推荐，激发消费者购买欲望。改进网站界面与流畅的购买流程为增强转化率的核心要素。运用社交媒体和搜索引擎广告，增强品牌的可见性和信誉度，加强消费者购买信心。整合使用以上方法，广告公司可以高效增强客户购买行为的发生率，明显增强电商品牌的市场竞争力。

6. 基于网络营销的广告公司电商品牌优化策略

6.1. 提升品牌在线影响力的网络营销策略

网络营销策略中，提高品牌在线影响力为广告公司改进电商品牌竞争力的关键环节。经由创作内容多样化、充满创意的广告，于目标客户群体中建立品牌形象。使用搜索引擎优化 SEO 技术，提升品牌在搜索结果中的能见度，增加潜在客户的访问人数[6]。社交媒体平台作为交流和宣传的重要工具，可以用来举办丰富多彩的线上活动、发布互动性强的各种内容，吸引用户积极参与并进行宣传，扩大品牌的宣传覆盖范围。采用影响力营销，与网络达人进行合作，利用网络达人的庞大粉丝基础和市场影响力，提升品牌的在线知名度。数据分析工具为品牌营销活动提供及时的反馈信息，帮助广告公司发现市场趋势并优化营销策略。结合全方位的网络营销方式，提升品牌曝光度，优化数字化推广的效果，为电商品牌的长期发展奠定坚实的基础。使用结构化的强化策略，广告公司能够有效增强品牌在线影响力，使电商品牌在竞争激烈的市场环境中始终保持优势地位。

6.2. 提高客户互动与忠诚度的网络营销策略

网络营销中提升客户互动与忠诚度为改进电商品牌策略的核心。广告公司可通过个性化内容和精确广告发布以达成消费者定制需求，因此深化客户与品牌之间的联系。主动运营社交媒体平台不只可以推动客户与品牌的即时互动，亦可以通过用户生成内容提升品牌认同感和社区归属感[7]。在线忠诚度计划亦是提高客户忠诚的高效手段，借助积分奖励、专属优惠和会员特权，提升客户持久购买意愿和品牌黏性。建立完备的反馈机制，广告公司还能迅速知晓客户需求并且实施优化，从而增强电商品牌的市场竞争力。

6.3. 提升销售转化率的网络营销策略

针对提高广告公司电商品牌销售转化率的网络营销策略，应当集中于精准内容营销、个性化推荐和优化用户体验。精准内容营销借助为目标用户供应相关性强的内容，招引更多的潜在客户。个性化推荐运用大数据解析消费者行为，为客户推荐匹配其需求的产品或服务，增进购买几率。优化用户体验则突出方便快捷的购物流程和完善的售后服务，增进客户满意度和重复购买率[8]。这些策略的实施有利于强

化品牌吸引力，推动更加高效的销售转化。

7. 结束语

在电子商务蓬勃发展的当下，网络营销已成为广告公司提升电商品牌市场竞争力的核心手段。通过本文的深入剖析，可以认识到网络营销在品牌曝光、客户忠诚度培养以及销售转化率提升等方面所发挥的关键作用。广告公司作为电商品牌推广的重要力量，需紧跟时代步伐，积极应对电子商务环境中的挑战，充分利用网络营销的多元形式与特点，精准把握消费者行为与需求。通过制定并实施科学合理的网络营销策略，如提升品牌在线影响力、增强客户互动与忠诚度以及提高销售转化率等策略，不断优化电商品牌的推广效果。唯有如此，广告公司才能在激烈的市场竞争中助力电商品牌脱颖而出，实现品牌的长远发展与市场地位的稳固提升，同时也为整个电子商务行业的健康、可持续发展贡献积极力量。

参考文献

- [1] 张自炯. 品牌信任与营销数据: 塑造可持续的市场竞争力[J]. 国际公关, 2023(15): 9.
- [2] 杨珩. 基于“互联网+”的生鲜电商品牌网络营销策略研究[J]. 商业经济, 2015(8): 100-101+117.
- [3] 吴华. 企业市场竞争力提升策略研究[J]. 中国市场, 2021(26): 66-67.
- [4] 谢旭. 国有平台公司市场竞争力的影响与调适[J]. 南北桥, 2023(16): 67-69.
- [5] 张晓凯. 网络时代广告公司营销服务的转型思考[J]. 传媒, 2019(2): 81-82.
- [6] 陈晖. 互联网背景下 CR 广告公司营销渠道优化研究[D]: [硕士学位论文]. 南京: 南京航空航天大学, 2018.
- [7] 赵玖. 互动网络营销传播的创意探索[J]. 知识经济, 2016(2): 62+64.
- [8] 宗华. 新媒体背景下饲料产品网络营销的优势及信息宣传策略[J]. 中国饲料, 2024(14): 113-116.