

(三) 客户关系管理: 1. 提供优质服务。从学员来咨询的时候起, 就要热情接待, 展现出专业的素养。在训练的时候, 教练要时刻留意每个学员的情况, 看看他们有没有进步, 有什么特殊需求没。并且, 要给学员创造一个舒服的训练环境, 配套设施也要跟上, 更衣室、休息区这些都要有。2. 建立客户反馈机制。定期把学员和家长的反馈意见收集起来, 可以用问卷调查或者面谈这些办法。然后根据这些反馈, 进行改进服务和课程。3. 客户忠诚度培养。可以使用会员制度, 有优惠政策, 能少花钱; 报名的时候比别人有优先权, 不怕报不上名; 还有专门为会员准备的课程。并且, 要定期给会员举办活动, 像会员专属的比赛、好玩的篮球派对之类的, 这样会员就会觉得在这很好, 对训练营也更信任。

结论。 篮球训练营营销推广要用到不少方法。得先把目标市场定准了, 然后好好建设品牌, 营销渠道也要多种多样, 还要把客户关系管理好。要好好研究市场需求和竞争情况, 不停地改进营销推广方案, 这样训练营才能在激烈竞争中存活, 吸引更多学员, 一直好好发展下去。并且, 社会和科技一直在变, 训练营也要一直创新营销手段, 跟上市场和客户需求的变化。目前和以后, 篮球训练营可能在篮球产业里变得更重要, 为篮球运动培养很多厉害的人才。

### 参考文献

1. 李凤月.(2018).北京市哈林秀王国际英语篮球训练营营销策略分析(硕士学位论文,北京体育大学).<https://kns.cnki.net/KCMS/detail/detail.aspx?dbname=CMFD201901&filename=1018123716.nh>
2. 胡鉴玮.(2018).尼可篮球训练营的营销策略研究(硕士学位论文,西南财经大学).<https://kns.cnki.net/KCMS/detail/detail.aspx?dbname=CMFD202001&filename=1018794662.nh>

Zhang Pengqi

Чжан Пэнци

Институт бизнеса БГУ (Минск)

Научный руководитель М.В. Лесниченко-Роговская

### 探究万达电影集团影响力营销的竞争格局

#### Изучение конкурентного ландшафта маркетинга влияния для корпорации «Wanda Film»

*Summary. By using the Porter's Five Forces model, this paper comprehensively analyses the competitive environment analysis of Wanda Film Company in the field of influencer marketing. Five aspects are examined: existing competitors, potential competitors, threat of substitutes, bargaining power of suppliers, and bargaining power of consumers.*

## 一. 现有竞争者分析

万达电影，是中国最大的院线公司之一。早期时，其他影院的营销方式都较为传统，而万达电影则利用影响者营销，开展了更具创意和个性化的营销活动，与其他影院形成差异化。比如前期电影宣发阶段，会请来一些具有影响力的观影人提供专业的解读和评价，使观众对电影产生兴趣。同时也能提升万达电影的品牌形象化和专业性。

## 二、潜在竞争者分析

随着互联网的发展，线上流媒体平台也在迅速崛起，比如知名的平台腾讯视频、爱奇艺、优酷等。这些平台能够通过大数据分析快速并精准的找到目标客户，并与各种影响者合作进行内容推广。这些线上流媒体平台也会加大在电影领域的投入，通过与知名导演、演员的合作，推出更多优质的电影。这些潜在竞争者虽然对万达电影构成了一些威胁，但只要万达电影在影响者营销方面不断进行改进和创新，就会一直立足在电影市场。

### 替代品威胁分析

如今抖音、快手等平台成为人们娱乐的重要方式，这些平台更新速度快，能够满足观众碎片化的娱乐需求。万达电影在面临替代品威胁时，举办了特色主题观影活动，并邀请影响者进行现场直播。在直播过程中，影响者可以与观众互动，分享活动的精彩瞬间、影片的亮点等，激发观众的观影兴趣。同时，通过直播平台的推广，扩大活动的影响力，吸引更多观众来到影院。

### 供应商的议价能力分析

万达电影在电影市场具有较高品牌影响力，这使其在与供应商谈判时具有一定的优势，但在某些特定产品上，万达电影的议价会受到限制。自身的议价能力可以从增强与供应商合作关系来提高，比如与供应商共同开展营销活动。选择一些与万达电影合作紧密的供应商，合作举办技术研讨会、产品展示等活动，既可以展示供应商的产品和技术优势，也可以增强万达电影与供应商之间的合作关系，为自己的谈判创造有利条件。

### 消费者的议价能力分析

万达电影对于消费者议价能力方面，使用的策略是与影响者签订长期的合作协议，确保他们能够持续为万达电影进行宣传推广。长期的合作可以让影响者更深入地了解万达电影的品牌文化和服务理念，从而更好地传达给消费者。同时，消费者也会逐渐建立对万达电影和影响者合作的认知和信任，形成稳定的消费群体。

## 参考文献

1. 余云珠.虚拟影响者代言的有效性研究:基于消费者态度和口碑视角/嘉应学院学报,2024 (02) .-第28-34页。
2. 芥末. 2024年值得关注的影响力营销五大趋势/中国眼镜科技杂志,2024 (01) .-第88-89页。