

如果数字营销者认真权衡加密货币驱动的数字营销的利弊，势必会认识到它的价值和价值所在。

加密货币

区块链技术正稳步被越来越多的行业采用。例如，区块链不仅用于贸易和金融等领域，甚至还用于医疗保健，作为存储患者数据的一种方式。在未来几年，我们将开始在数字营销行业看到更多的加密货币。

只有一小部分大企业已经做出了在不久的将来使用加密货币的坚定决定，但不可避免的是，许多其他公司会效仿那些使用加密货币的公司。但加密货币对市场的影响是什么？加密货币驱动的数字营销行业的利弊是什么？

01、何为数字营销？

数字营销

又称网络推广，是透过电子设备进行的广告及品牌推广。你可能经常看到例子，但却没有想过。例如社交媒体、搜索引擎推广、展示广告等，都是数码推广的类型。

现代数字广告目

前集中于达到尽可能多的人，希

望实现一个体面的销售转化率。散弹枪式营销

，就其性质而言是相当不加选择的。这可能是由于目标受众非常大的事实，或者是由于根本没有目标人口的事实。

为了确定自己产品的目标市场，营销人员会从私营企业那里获得有关公众浏览和购买习惯的统计数据。但如果不进行调查，企业很难知道自己的广告是否成功。

02、加密技术对其的影响

那么，当加密货币被纳入数字营销时，我们有望注意到哪些变化？

当前的数字商业广告涉及四个主体：你、消费者、内容创建者、广告团队。不管是什么平台在托管广告，不管是谷歌、YouTube、Twitter等等。加密驱动的营销消除了对托管平台的需要，省去了中间人。

广告商不再向这样的平台付费，而是将他们的广告放到区块链上。从那时起，这些广告将提供给区块链的用户。随着加密技术的普及，这种向区块链技术的转移是不可避免的，但营销人员首先必须了解加密驱动广告的优缺点。

数字营销团队还必须找到解决区块链在数据收集方面的局限性的方法。企业将不得不使用社交媒

体网站来激发人们对产品和服务的兴趣，而不是通过整理现场用户的信息来确定目标人群。推广、链接分享和在线论坛讨论将取代目前的散弹枪营销策略。

区块链用户将有机会选择他们想看的广告。通过参与这些广告，用户将获得加密令牌作为回报，激励他们参与广告。区块链用户还将在向广告商提供个人数据时获得加密货币作为奖励。

加密驱动的数字营销让公众有机会策划他们的数字营销体验。公众不仅会得到金钱奖励，以换取他们的信息，但他们也将有更大的发言权，他们放弃的信息类型。

03、此种数字营销的优缺点

加密驱动的数字营销的优点和缺点是什么？

与任何营销策略一样，加密驱动的广告既有好处也有坏处，数字营销人员在拥抱区块链之前认真给予这些问题非常重要。

下面将详细介绍基于区块链的数字营销的一些主要优点和缺点。

优点

- 1、更高的销售转化率。如果人们选择看你的广告，那么理所当然，你会看到一个更高的转化率比当不感兴趣的各方别无选择，只能坐在通过你的广告。
- 2、更低的广告成本。基于区块链的数字营销摆脱了中间商，这意味着广告客户将不必支付平台托管其广告。这将降低成本。
- 3、客户和企业之间快速、无中介的交易。从等式中去除平台主机还意味着企业和其客户群之间的直接交易可以更容易地实现。
- 4、更加重视消费者数据保护。由于其匿名、去中心化的特性，区块链被认为是非常安全的。这意味着消费者可以放心地知道他们的数据得到了更好的保护。
- 5、奖励机制鼓励反馈。随着消费者因提交数据和与广告互动而获得奖励，我们有理由认为，公司将看到消费者的反馈有所增加。

缺点

- 1、广告客户将无法收集到那么多的消费者数据。虽然更加强调数据隐私对消费者有利，但这确实会让广告团队更难收集客户数据。
- 2、难以找到目标人群。企业可能会发现难以通过区块链锁定特定人群。
- 3、广告必须更具吸引力和吸引力，为了最有可能吸引区块链用户的注意力，数字营销人员必须特别努力地让他们的广告更具吸引力和吸引力。

潜在解决方案

在营销人员将比特币和加密技术融入数字营销行业之前，他们必须首先考虑解决上述缺点的可能方案。

这并不是什么新鲜事，然而，营销总是在发展和变化，过去每当新的广告方式出现时，营销人员总是要想办法导航，在这方面，比特币也不例外。

以下是数字营销人员可能选择采取的一些行动，以尝试解决这些问题与加密驱动的营销：

- 在他们喜欢的平台上使用特定的广告代币。
- 利用促销内容和活动吸引潜在客户到特定的区块链。
- 要求区块链用户注册特定的加密货币钱包，以便存储广告代币。
- 让消费者填写了解你的客户（KYC）支票，然后才能使用特定的平台或通过它们获得奖励。KYC流程允许收集有关消费者习惯和收入的数据。

结语

区块链广告为营销人员提供了一个充满令人兴奋的机遇的新世界，但同时也带来了新的困难和挑战。然而，这些挑战是可以克服的。事实上，当广告商奋起应对电子商务和消费者在线购物带来的挑战时，这些挑战以前就已经被克服了。

虽然加密驱动的数字营销肯定会遇到困难，但它也会让消费者更好地控制他们如何以及与谁开展业务，这只会促进创新和竞争，奖励那些努力在区块链上创造引人注目的广告活动的企业。

总而言之，如果数字营销人员认真权衡加密货币驱动的数字营销的利弊，他们肯定会意识到它的价值和价值。接下来要做的就是尝试并找出应对加密货币缺点的方法。但是，作为一个以创新和

新思维方式为基础的行业，数字营销肯定会克服这些挑战。