

基于新媒体环境下的企业的市场营销策略浅谈

梁馨月

(赤峰工业职业技术学院,内蒙古 赤峰 024000)

摘要:随着新媒体时代的到来,企业市场营销也面临着新的环境,新媒体一方面为企业市场营销带来了诸多有利之处,提升了市场营销的有效性,另一方面也导致企业市场营销面临一系列挑战,因此企业必须要对新媒体进行科学分析,充分发挥新媒体的优势不断提升市场营销的有效性。本文就针对于这一方面内容进行了分析与探究,结合现实情况提出一系列新媒体环境下企业市场营销的策略。

关键词:市场营销;新媒体环境;策略;挑战

1 新媒体为企业市场营销带来的影响

1.1 正面影响

首先,新媒体拓宽了企业市场营销的范围。在新媒体环境下,企业市场营销的机遇更多,企业可以借助于新媒体开展多层面的营销工作,促进消费者范围的拓宽,比如可以借助于互联网联系各个年龄段的消费者,并针对于不同年龄段的消费者提供针对性的产品,满足消费者的需求。

其次,新媒体丰富了企业市场营销的方式。在新媒体时代下,企业市场营销的方式更为多样,不仅可以运用传统的营销方式来销售,而且还可以运用微信、微博等进行产品销售,营销方式不再局限于一种,而是更多种,这对于企业销售水平的提升是十分有利的。

最后,新媒体提升了企业的营销效果。在新媒体背景下,企业可以借助于大数据技术、云计算技术等对消费者的需求和偏好进行预测,为企业提供更精准的信息,这样企业就能够对各个层次的消费者进行深入了解,并根据预测结果为消费者推送有关的产品信息,实现主动营销,促进营销效果的提升。

1.2 负面影响

虽然新媒体时代下,企业市场营销面临着诸多机遇,但是由于新媒体是与互联网相互通的,企业在持续发展的同时也面临着很多挑战。

第一,营销环境更为复杂。当前在时代快速发展的过程中,各种新媒体不断涌现,不同新媒体的作用不同,都可以进行信息传递,达到营销效果,在这种背景下企业所面临的营销环境复杂性更强,要想提升营销效果往往需要考虑多方面的因素,哪一个环节考虑的不全面都可能会导致企业发展受到不利影响。

第二,专业人才要求更高。因为新媒体的发展是建立在互联网基础之上的,企业对新媒体进行运用,必须要做好全面性分析,有专业人才进行规划,这样才能够实现新媒体营销水平的增强。但是当前我国很多企业都缺乏专业性的新媒体人才,在实际营销中仅仅是对新媒体进行了浅层次运用,缺乏高精尖人才,难以深入挖掘新媒体的深层次价值。因此可知,新媒体对企业市场营销的带动作用离不开专业人才。

2 新媒体环境下企业市场营销策略

2.1 构建新媒体营销体系

在新媒体环境下企业要想实现营销效果的提升,就必须结合现实情况来构建营销体系,不断提升营销的有效性和科学性。第一,要有效开辟线上营销途径。在传统模式下企业在开展市场营销工作的时候,往往是地面推广,面对面与顾客进行交流、讲解产品等,这需要花费较多的时间和精力,而且还会受到区域限制。而在新时代背景下,通过对新媒体进行运用,则能够实现线上营销,企业可以借助于新媒体对自身的产品进行展示,消费者根据展示和介绍对产品进行了解,并最终购买,更为便捷。所以企业应当积极开辟线上营销途径,比如可以借助于淘宝进行销售、借助于微信、微博等进行销售。第二,要做好营销制度的设立。企业新媒体营销的开展离不开规范的制度做参考,企业应当结合新媒体营销的现实情况进行制度的设定,比如对营销过程、营销方式、营销时机等都进行规定,为

相关人员更好地开展营销提供参考和指引。

2.2 巧用互联网技术

新媒体虽然为企业市场营销带来了较大的有利作用,但是由于新媒体具有较高的便捷性,各个企业对其运用也更为普遍,企业竞争日益增加,所以要想在激烈的竞争中取得胜利,企业就必须要对各种新技术进行运用。比如,可以对大数据技术进行运用,借助于该技术对市场进行重新定位,选定目标群体,并对消费者进行层次划分,针对于不同层次的消费者推送对应的产品,帮助消费者更深入地了解产品,达成交易。另外,企业还要积极分析消费者需求,了解消费者的爱好,运用消费者喜闻乐见的方式来开展营销,比如制作一些小视频、小段子等,对企业产品进行展示,或者利用有关的平台开展直播等,也能够实现营销水平的提升。

2.3 打造专业人才队伍

新媒体对企业营销团队也提出了较高的要求,企业必须要顺应时代发展变化进行专业化人才团队的打造,为新媒体环境下更好地营销打好基础。第一,企业要积极引进大数据有关的专业人才,可以与高校进行合作,解决自身人才短缺的问题,做好人才储备工作;第二,要对现有的营销人才进行培训与教育,多为人才灌输一些大数据有关的专业技能,帮助营销人员提升整体工作水平,更好地对大数据技术进行运用。第三,企业领导要鼓励营销人员加强新知识的学习,定期对营销人员的技能水平进行考核,并对其进行奖惩,激发营销人员学习的积极性,在企业中形成良好的竞争风气,带动企业整体营销水平的提升。

3 结束语

新媒体的快速发展不仅为企业市场营销带来了机遇,同时也为其带来了一定的挑战,企业应当充分发挥新媒体的优势,构建科学的新媒体营销体系,对互联网技术加强学习,并打造专业人才队伍,这样才能够实现营销水平的提升。

参考文献

- [1]周玉奇.新媒体环境下企业市场营销策略研究[J].财富时代,2020(02).
- [2]高洁,伍承光.探究新媒体环境下企业的市场营销策略[J].现代营销(下旬刊),2020(01).
- [3]邱寒际.新媒体环境下企业的市场营销策略[J].中国管理信息化,2019(11).
- [4]曹孟熙.探究新媒体环境下企业的市场营销策略[J].环渤海经济瞭望,2020(05).