

浅析中小企业品牌营销

徐 辉

(青岛工学院, 山东 青岛 266300)

摘 要:中小企业是国民经济的重要组成部分,在促进经济发展,稳定就业等方面发挥着积极作用,当前中小企业普遍存在品牌意识淡薄的情况,在当前的竞争环境背景下,品牌之间的竞争已成为营销的焦点。中小企业必须适应市场形势踏上品牌营销之路,所以塑造品牌是中小企业发展的重要前提。

关键词:品牌营销;中小企业;营销策略

[DOI]10.12231/j.issn.1000-8772.2020.28.029

1 品牌营销概述

品牌营销是指企业通过利用消费者的品牌需求,创造品牌价值,最终形成品牌效益的营销策略和过程。企业之间的竞争归根到底是企业品牌之间的竞争,品牌营销是企业生存发展的根本。

品牌营销对于中小企业来说具有重要的战略意义,首先,中小企业实施品牌营销策略拓宽产品销售渠道。其次,中小企业推行品牌营销策略,能够有效地保证产品的质量和品质,中小企业采取品牌营销的策略,努力创造一个有价值的品牌,能够赢得广大消费者认可,最终提升产品品质,保证产品的销量。

2 中小企业品牌营销中存在的问题

2.1 品牌传播效果较差

中小企业虽然已经逐步重视企业品牌的传播与推广,比如在行业内的相关杂志刊登品牌广告、进行专门的网站建设,建立公司品牌宣传片等方式加大对企业品牌的宣传力度。虽然通过各种品牌传播方式已经取得了一定的成效,但对于成效的改进并不是很明显,比如利用期刊渠道传播的效果会受到期刊杂志发行量、受众的类型等不同因素的影响。网站的建设对于品牌传播来说固然很重要,但是利用网站需要及时的更新维护网站的内容才能吸引广大消费者。

2.2 品牌文化建设不足

品牌文化建设是中小企业核心竞争力的体现,部分中小企业品牌文化建设仅仅停留在物质文化层面,缺乏品牌精神文化,品牌精神文化是品牌文化营销的重要内容,能够扩大产品的知名度,真正起到品牌营销的效果。但中小企业在品牌文化的建设中缺乏品牌精神为文化。中小企业由于其自身的资源和规模限制,品牌文化特色不鲜明,品牌定位不突出,缺乏品牌核心价值。

2.3 品牌营销缺乏系统性

品牌营销的系统性建设是每一个中小企业品牌营销所追求的目标,在品牌经营基础上建立起一个拥有持久竞争力的系统工具是品牌营销的目的,中小企业的品牌营销工作没有形成系统性,我们必须把品牌营销提到中小企业的战略层面。目前中小企业品牌营销运营过程中各部门协同作业合作程度较低。中小企业缺少品牌延伸规划,品牌管理规划不够完善,缺少长期性的品牌规划战略,除此之外,部分营销人员缺乏品牌素养,品牌意识淡薄。导致中小企业品牌建设过程中缺乏系统性、整体性。

3 完善中小企业品牌营销策略的对策

3.1 采用多种推广方式,加大品牌宣传力度

从本质上来说,品牌营销其实就是营造良好的市场口碑环境,让消费者了解公司产品、品牌,提升公司品牌的知名度。中小企业加强企业品牌的宣传力度,搞好品牌宣传策划工作。

(1)继续扩大人员推销力度。中小企业营销人员要提高推销人员素质,在公司产品的推销过程中给消费者和经销商留下良好的品牌印象。在人员推销的过程中我们还应该重视消费者的意见及问题,并且针对消费者提出的问题立即启动整改措施,除此之外,中小企业营销部门要制定详细的顾客访问计划,推销人员要对自己的客户定期拜访,加深同客户之间的友谊,积极拓展潜在客户,所以人员推销的不断

完善是公司品牌营销的核心手段,人员推销在品牌的建设与推广方面具备其他推销方式不能比拟的优势。(2)合理利用媒体,增加广告投入量。广告作为品牌推广、品牌营销的重要传递方式,可以让顾客经销商直接形象的了解公司品牌。中小企业通过广告的宣传,使得公司品牌形象、品牌属性、品牌文化、品牌价值等传递给广大消费者,使经销商、消费者了解企业品牌,通过增加广告投放量来提升中小公司品牌的知名度,树立中小企业良好的企业品牌形象。(3)加强公共关系建设,提升品牌形象。中小企业在发展的过程中,不断重视公共关系建设,更好的获得品牌的影响力,企业在未来的发展中,要积极投身公益活动,凭借媒体、社会的舆论监督,给公众留下一个负责任的公司形象,提高公司的美誉度,积极参加行业前沿论坛,宣传自己的核心科技,提升公司品牌在国际市场上的影响力。

3.2 打造品牌文化,提升品牌效应

品牌文化作为企业品牌在不断发展过程中的沉淀,中小企业要重视品牌文化建设,加强品牌文化设计的内涵,形成品牌的特色文化以及鲜明的品牌特点。特色鲜明的品牌可以使自己在同类型竞争中占据优势。从而可提升自己的品牌影响力,提升顾客、经销商对于品牌的忠诚度。

3.3 加强品牌营销系统性建设

品牌营销的系统性建设是品牌营销的核心环节,整合资源,建立系统性的品牌营销模式对于企业提升自身品牌影响力具有重要作用,对于品牌营销来说,它成功的重要方式在于如何有效地整合与产品促销相关联的各类资源。现阶段各种营销方式,没有哪一种可以单独取得较大成功,所有中小企业要整合资源,加强品牌营销的系统性。

中小企业应着力提高企业员工的品牌素养,培养一支了解市场、了解品牌经营的市场品牌工作团队。在整个企业中,自上而下宣传品牌经营理念和品牌经营的专门知识,使得公司的每一位工作者都能熟知公司的品牌内涵。同时还要加强各部门各环节的密切配合、互相衔接。建立完整的品牌营销管理模式,建立一个高度专业化的品牌管理的专门机构,加强各部门的通力合作,建立系统性的品牌营销模式。

4 结束语

在激烈的市场竞争环境中,品牌营销的重要性不言而喻,品牌的经营和管理将成为中小企业生存发展的重要因素,所以中小企业要重视品牌营销,不断加强品牌文化建设,加深顾客对品牌的忠诚度,掌握市场竞争的主动权。

参考文献

- [1]闫艳.试论市场营销中的品牌定位[J].知识经济,2017,(04):63-64.
- [2]渠习习,王娜.浅谈企业品牌营销策略[J].商场现代化,2011,(03):2-4.
- [3]黄巍.浅谈产品品牌营销的重要性及策略研究[J].中国商贸,2010,(09):41-42.
- [4]张丽华.论品牌营销策略[J].辽宁:辽宁经济管理干部学院,2011,(09):3-6.
- [5]郝声延.企业文化对企业品牌营销的影响研究[J].商业经济,2017,(01):85-87.