

企业文化对企业品牌营销战略的影响

曲星瑀

(山东财经大学,山东 济南 250000)

摘要:企业在市场经济发展中占有重要的地位,其整体实力将市场的核心竞争力体现得淋漓尽致。作为重要的商业理念,企业文化与品牌营销战略有着密不可分的联系,企业要找到有效措施,将企业文化与营销战略转化成自身的生产力,加强文化建设,完善营销战略体系,在经济市场上锁定属于自己的发展空间。使企业可以充分利用独特的品牌效应,进一步得到更多消费者的认可与青睐。

关键词:企业文化;企业品牌;营销战略;战略体系

[DOI]10.12231/j.issn.1000-8772.2020.33.270

很多企业都有提高自身文化建设的重视,正确的文化理念和导向对品牌的建立和宣传有着重要影响,只有将文化建设与品牌营销战略进行深度融合,才能使企业拥有更强的信心和实力去面对愈加激烈的市场竞争。

1 企业文化

企业文化包含很多方面,如营销理念、员工精神及文化内涵等,每一个企业的文化与自身的独特的风格都能保持高度的一致和契合。企业文化可以理解为企业的灵魂或者自身的发展规律,企业文化的建设目的是将员工的个人利益与企业的发展进行深度融合,好的企业文化可以使其进入良性循环状态,使其具有攻克各种难关的能力,同时可以让员工拥有强大的凝聚力和向心力,从而提高自身的市场竞争实力,使企业可以维持健康的发展状态。

2 企业品牌

企业品牌是一种标志,代表了企业的整体形象,而且其中蕴含着企业的希望,即通过宣传造势得到大众的认可。企业品牌可以是文字、符号或者是图像,消费者通过对品牌的记忆可以对企业更加熟悉,品牌在经济市场上属于无形资产,品牌包含了很多因素,如历史、声誉、属性及价格等,正因为如此,企业品牌具有一定的商业价值。企业应该对自身的品牌进行维护,因为其代表了企业的主打风格及精益求精的经营理念。

3 企业文化给企业品牌营销战略带来的主要影响

3.1 企业文化与企业品牌的密切联系

企业品牌代表着企业形象,也是企业文化的映射,同时接受着市场监督和消费者的双重约束。经济和科技的发展速度不断加快,越来越多的产品趋向同质化,企业过于重视成本控制,再加上自身的技术水平没有及时进行提升,所以长足的发展受到一定限制,没有办法做到从根本上出发对自身产品的质量及进行提高。但是企业文化可以帮助其加强品牌效应,为其在动荡的市场环境中寻找新的契机,为企业创造了全新的竞争机会,并使自身的竞争实力有所提高。所以企业应该采取有效措施,开拓创新思路,使自身的文化内容变得多元化,并将产品、文化及服务进行深度融合,使自身品牌更具影响力,让消费者对企业有更多了解和认识,从而打通营销思路。

3.2 企业文化深度影响品牌竞争力

影响企业品牌竞争实力的因素主要有两方面,即产品质量及售前售后的服务水平,如果企业不断对自身的产品质量及服务水平进行提升,品牌的价值及发展实力也会水涨船高。而无论要做好哪方面的工作都要坚持以人为本的原则,因为人才是企业的基础力量支撑,所以企业想谋发展,前提是要得到员工的全力支持和配合。企业文化当中包含的工作文化是围绕员工展开的,所以企业应该结合各部门力量,营造良好的工作氛围,让员工可以将自身利益与企业的发展进行深度融合,激发员工的主观能动性,使其充分发挥自身的价值,从而最大限度地创造生产力。虽然员工与企业是雇佣关系,但是企业要让员工充分感受到自身的参与性,完成从打工者向企业利益创造者的角色转化。同时企业还要加强对市场的调查,整合并分析消费者对自身产品的反馈,并及时做出回应,而且要结合市场效应对产品质量等进行优化,提升自身发展实力。

3.3 企业文化充分体现品牌特色魅力

产品同质化给很多企业带来困扰,但是有效地对企业文化进行打造可以将这一问题很好地解决。首先,企业要对产品质量及服务质量进行严格管控,并以此为基础,将企业自身的文化特点融入到产品生产及加工的每一个环节中,如服装企业的很多员工都很年轻,他们可以结合自身青春活力的特点,将这些元素放到服装设计中,使产品不仅可以满足社会的总体需求,同时还能体现自身特点。这样的产品设计理念可以帮助企业维护自身利益,即使在市场中出现于自身产品外形相似的模仿品,也不会对自身的营销造成很大影响,因为企业的文化赋予了品牌独有的魅力,这个特征是永远无法被同化的。

3.4 企业文化引导品牌营销方案执行

企业需要结合实际的市场状态来设计品牌的营销方案,而且所有的关于营销方案的策划都要坚持自身的发展原则和实际情况。企业文化本就包罗万象,其中主要的内容有发展理念、宣传方向,市场经济的变动并不会给以上内容带来深远影响,最多会跟着企业的发展情况有轻微变化,所以品牌营销应该将文化作为基础,这样才能进一步保证其稳定性,并且能够将有关方案在实际的工作中进行充分落实。结合企业文化的方案可以引起内部员工思想和精神方面的认同,与一线的业务人员及销售人员进行无缝对接,可以帮助企业降低用人成本。具有企业自身特色的产品更容易吸引消费者的目光,使企业的魅力得以体现。

3.5 企业文化影响品牌市场定位

企业的产品在设计研发之前要做好相关的市场调研,将消费者的喜好做全面的整合及分类,准确地找出大众消费倾向,之后有针对性地规划和生产。站在企业文化的角度,做好自身品牌的市场定位,这样可以使企业得到更多消费者的肯定和认可,从而紧跟时代发展趋势,紧扣市场脉搏。企业文化影响下的市场定位可以使整体的服务理念得到有效约束,同时对市场竞争有清醒的意识,还可以帮助企业决策者做好方向选择。

4 结束语

对企业的生产经营来说,想求发展的前提是要有成型的企业文化作为引导力和影响力。企业需要对自身独有的特点进行深度挖掘,这样才能让品牌与众不同,并在市场竞争中占据重要位置,不断完善企业内部文化建设,使员工在日常工作中可以体会到自身在社会发展中的价值。成熟的企业文化可以对其品牌的营销战略做正确引领,使企业的产品可以体现自身特有的魅力,企业文化帮助打造美好的品牌形象,故而促使企业取得长足稳定的发展。

参考文献

- [1]吕祥斌.浅析企业文化对企业品牌营销战略的影响[J].决策与信息,2017(2).
- [2]宁彩红.企业文化对企业品牌营销战略的影响分析[J].商讯,2019(22):113.
- [3]齐涛,张宝强,白云飞,等.企业文化品牌塑造及文化营销战略[J].区域治理,2018(36):156.
- [4]薛岚丹.企业文化对企业品牌营销的影响研究[J].才智,2017(22):271.