

企业市场营销战略管理研究

杨 爽

(营口黑崎播磨耐火材料有限公司, 辽宁 营口 115100)

摘要:随着我国经济实力的增强,企业需要应对白热化的市场竞争,市场营销在企业中的作用越发突出。因此,想要使企业在市场中稳定发展,就必须加大力度进行市场营销战略管理。本篇文章简要介绍了市场营销战略管理在企业中的作用,分析了在市场营销战略管理中较为常见的问题,并制定了适宜的措施进行改善,希望能够为企业市场营销战略管理工作的顺利开展提供参考。

关键词:企业;市场营销;战略管理

【DOI】10.12231/j.issn.1000-8772.2023.09.107

在新时期,企业想要获得较好的发展,就必须从自身现实情况出发,主动地和企业开展沟通,加强各部门之间的协调,从而为市场营销战略的开展提供支持,并做好战略部署工作,推动其转型升级,使企业在市场竞争中占据优势,获得更好的发展。

1 企业市场营销战略管理作用

1.1 市场营销战略管理

市场营销战略管理要从企业的现实情况以及进一步发展趋势出发,打造出可以适应企业产品的经济方案。并在进行市场营销时,考虑到市场不同阶段环境和目标的转变,对现有的经济方案进行优化,从而帮助企业明确战略管理目标,了解市场营销包含的范围和主体,打造出适宜的市场营销规划。市场营销战略管理可以在设计营销方案的前提下,从多个角度出发监督管控措施的落实,确保相关措施可以展现出应有价值^[1]。

1.2 市场营销战略管理特点

第一,专业性。市场营销战略管理主要是市场营销部门负责的,这一工作相对独立,可以和外界开展沟通,需要注意的是,在进行外界环境分析时,自身也会出现变动。企业市场营销战略管理需要考虑到市场经营情况,并明确产品的类型,打造专门的部门进行营销工作,为市场营销工作的开展指明方向。

第二,针对性。企业所开展的营销战略管理是为企业全体部门提供服务的,可以使各个部门了解到自身的工作。但是,部分相关人员进行市场营销战略管理工作仅是对营销战略进行落实,市场营销战略管理的作用无法在其他部门中得到体现,难以展现出管理优势。

第三,属性特征^[2]。市场营销是企业的关键构成,对企业的发展至关重要,并且市场营销战略管理和企业战略管理的联系较为紧密。市场营销战略要将企业发展战略作为前提进行,从而确保市场营销战略管理方向可以和企业发展方向相同,从而增强市场营销策略管理能力,满足企业可持续发展需要。

1.3 市场营销战略管理作用

在新时期,经济活动越发多样。企业进行竞争的关键在于营销战略竞争。但是,部分企业仅将市场营销作为推动产品营销的措施,并没有认识到市场营销在企业竞争中的关键性。企业想要在市场竞争中占据优势,获得长远的发展,就必须加大力度开展市场营销战略管理。可以将市场营销战略管理的作用总结为以下几点内容:

第一,市场营销战略可以为企业生存发展提供支持。市场营销最为关键的是确保企业产品可以适应不同消费群体的需求,只有确保消费需求可以得到满足,才能够对产品进行销售,使消费人员愿意接受企业定价,在营销活动中进行消费^[3]。因此,营销战略效果从某种角度来说,可以决定企业产品销售额以及企业经济收益,甚至能够决定企业是否可以存活。因此,营销战略是推动企业健康发展的有效手段,必须要相关人员做好市场营销战略管理。

第二,能够提高企业竞争力。市场营销战略的制定可以决定企业今后进行营销工作需要达成的目标,帮助企业员工提供思路,从某种角度来说,能够使员工的凝聚能力得到提升。在设计营销战略时,管理人员需要了解企业实际情况和微观及宏观条件、在企业的发展过程中对其造成不利影响因素等,从而增强企业应对市场的能力,使企业发展更加灵活。市场营销战略可以使企业了解到各环节工作的关键点,各部门要考虑到工作重点,合理地应用资源,从而使内部资源得到更加充分应用,增强企业竞争力。也就是说,市场营销战略的制定可以使企业在竞争中占据优势,因此企业必须要做好市场营销战略管理工作^[4]。

第三,可以为消费者和企业提供交流渠道。在开展市场营销战略管理工作时,管理人员要从整体角度出发分析市场情况,了解到市场消费人员的需要,从而使消费者的需要被转变为企业生产目标。市场营销战略的制定可以使企业明确消费者的喜好,确保企业可以从自身现实出发,坚持顾客至上,为顾客提供高质量的产品服务,做

好产品营销,增加企业经济收益,提高其社会影响力。在这一情况下,市场营销战略可以加强企业和消费者的联系,展现出桥梁的价值,推动企业的发展,使消费者更愿意进行产品消费,增加企业收益。

2 企业市场营销战略管理存在的不足

2.1 没有及时更新管理思维

在新时期,我国部分企业仍然坚持运用传统生产和营销理念,这就导致企业进行生产需要投入较多的资金,营销量并不多,很可能会危害企业的发展。在营销管理时,仍然运用固定营销管理手段,在开展营销时,从企业角度出发进行分析,并未考虑到消费者现实心理需要^[5]。对当前部分企业所开展的市场营销展开分析,可以发现部分企业在制定市场营销战略时,并没有考虑到市场规律,对消费者的现实需要缺乏了解,这就导致市场营销效果和预期存在较大差距。还有部分企业在挑选营销手段时,仍然坚持运用订单销售或者是直销等措施,并未树立互联网营销、概念营销等新兴理念,再加上战略设计时并不重视市场调研,很可能会减少产品的销售额,导致企业无法进行资金周转,阻碍企业的生存。

2.2 营销战略不够科学

企业在开展市场营销战略管理工作时,必须要确保所制定的战略方案是科学的、可靠的,只有适宜的营销方案才能够推动营销活动的开展,达成市场营销活动目标,推动企业发展^[6]。但是,从当前情况分析发现,一些企业所制定的营销战略管理和企业现实发展存在较大差距,科学性和合理性得不到体现。部分企业会运用将市场作为导向随机应变的营销方案,并没有对营销活动进行规划,一些企业没有灵活应变的能力,导致市场环境出现变化后,无法在第一时间对市场营销进行优化,阻碍市场营销工作的开展。部分企业在进行营销时设计了相关规划,但是并未从整体和系统的角度出发展开分析,导致营销战略并不合理。还有部分企业将短期营销作为关键,并没有从可持续发展角度出发,在设计营销战略时规划较为片面,阻碍了企业系统、长远发展。

2.3 营销手段较为落后

我国许多企业在开展市场营销时仍然会坚持应用广告或者是推销等传统营销手段^[7]。而随着信息技术和时代的发展,仍然应用传统手段开展营销则会阻碍企业的发展。部分企业认为做好广告推广可以获得较为理想的营销效果,但是,运用传统的广告很可能会使消费者的视觉出现疲惫感,甚至是厌倦,在进行广告投入中投入的资金也比较多,从某种角度来说,增加了企业发展压力。在营销阶段,进行大量的推销人员招聘虽然可以在较短的时间内取得成绩,但是却阻碍了产品的长期应用。并且,营销人员过多,很可能会增加企业管理和资金投入,导致企业在市场竞争中难以占据优势,严重制约了企业后续发展。

2.4 营销人员整体水平较低

因为很多人不重视营销工作,导致很多接受过专业教育、整体实力较强的人才不愿意参与到销售工作之中。为了减少企业资金投入,许多企业在开展营销人员招聘工作时门槛较低,只要可以增加企业经济收益,就能够继续开展工作。但是,从现实情况分析发现,部分企业营销人员整体实力不高,所掌握的产品营销知识不多,这在一定程度上增加了营销工作的难度,很可能使营销结果出现偏差,导致企业营销工作的价值得不到体现^[8]。

3 企业市场营销战略管理措施

开展企业市场营销战略管理有着非常关键的作用,能够为企业发展提供支持。因此,相关人员必须要对其予以充分关注,可以从以下几点出发进行工作:

3.1 做好文化建设工作

在开展市场营销战略管理工作时,管理人员应该从现实情况出发,了解到企业发展状况,并将其作为前提做好市场调研。企业内部要塑造营销文化,为企业的发展提供较为有利条件作为支持。良好的企业文化主要包含恰当的企业观念、积极向上的价值观念等,推动企业发展,帮助企业制定适宜的目标。在打造企业文化的同时,还需要对现有的企业制度进行优化,借助于制度对员工进行约束,使员工更加自觉地进行一系列工作,提高企业凝聚力。

3.2 打造整体实力较强的战略管理队伍

在进行营销战略管理时,管理人员的整体实力有着非常关键的作用。做好战略管理,可以增强管理人员各方面能力。企业要通过优化薪资待遇、为员工提供晋升渠道等方式,吸引较多专业程度较高的管理人才,并运用适宜的选拔机制,确保所挑选的人才质量可以符合要求,并通过和企业、学校或者培训机构的合作,确保具有充足的人才作为保障。对企业内部来说,要加大力度组织管理人员参与到学习之中,并定期地邀请专业人员召开讲座,丰富管理人员的知识储备,使管理人员学习到更多成功经验。除此之外,还要增强企业各部门的专业程度,使营销人员的专业性得到提高,从而提高企业整体实力,为企业的可持续发展提供条件。

3.3 主动更新营销模式

想要使营销战略管理的优势得到体现,就必须要及时地更新营销模式。企业要对现有的营销模式进行更新,并在对营销模式进行应用时,考虑到消费人员的心理需要,并考虑到消费者的需求,开展产品介绍工作,使消费者在开展购物时获得认同感和归属感。消费人员要第一时间将需求告知给领导层,使营销战略管理人员了解到市场发展情况,制定适宜的战略方案。随着互联网水平的提高,网络营销已经变为了现代化营销手段,从自身现实情况出发,可以开设网店,并借助于新媒体开展营销活动,将人文精神展现在营销中,提高企业产品的价值,

获取到较为理想的营销成效。

3.4 树立新型服务观念

企业在开展市场营销战略创新时,需要从企业现实出发,更新服务观念,并考虑到市场营销战略包含的内容,有针对性地开展服务创新。第一,要从多个角度出发,提高员工的创新观念,借助于营销工作增强人员的专业水平,获得更好的发展。第二,要对现有的服务体系进行补充。在信息化技术的支持下,互联网技术获得了较为迅速的发展。因此,在构建企业市场营销服务体系时,应该加强线上和线下的联系,更有针对性地提供服务,提高消费人员对产品的认识。第三,要将服务内容融入企业文化内,从而确保服务为本理念可以被落实到位,考虑到消费人员的日常需要进行营销,明确企业进一步发展方向,推动企业健康、长远发展。

3.5 做好用户需求分层

为了满足社会发展需要,使企业在市场中的影响力得到增加,就需要在科学合理利用营销资源的前提下,明确不同消费人员的现实需要,有针对性地设计营销方案。第一,要对现有的营销资源进行汇总,并考虑到企业现状,使企业产品的价格、生产和质量控制在一定范围内。从多个角度出发了解到竞争对手的情况,合理地利用资源,进而将营销资源控制在一定范围内,体现出企业产品优势。第二,要考虑到不同消费人员的现实需要,为其提供具有区别的营销方案。在前期要细致地进行调查,虽然这一调查导致的人力资源和物力消耗较为严重,但是企业想要达成可持续发展目标,就必须借助于数据搜集方式,了解到不同收入、不同消费喜好用户的情况。并在获得结论以后,考虑到企业现状,打造出适宜的生产方案,为其提供区别较为明显的产品。第三,要对现有的市场营销方式进行更新,需要考虑到受众的生活方式,精准地进行企业定位,丰富多样的营销方式可以使消费人员及时地了解到营销信息,并加强互联网、新媒体、传统媒体之间的联系,在丰富企业宣传范畴的同时,提高宣传的精准程度,丰富营销实践活动,使营销工作的作用得到充分体现。

3.6 为消费人员提供沟通渠道

企业要合理地通过网络数据信息进行应用,了解到企业核心消费群体,并借助于网络信息平台 and 用户进行实时沟通交流,加强消费者和企业的联系,使其形成良好的关系。除此之外,企业还能够借助于微信、微博等工具和用户进行实时互动,帮助企业塑造品牌文化,并研发核心产品,使消费人员更加认可企业,从而获得消费者的喜爱。如果消费人员对这一品牌较为喜爱,就会向周边人员进行宣传介绍,从某种角度来说,降低了企业营销推广负担,有效提高了企业知名度。

3.7 对营销公关机制进行完善

当前,我国已经步入了互联网时代,想要使市场营销

战略更加严谨,得到优化,就必须对现有的各项机制进行补充。为了帮助企业塑造良好形象,使消费人员对其予以充分信任,企业就必须要做好营销公关,构建完善的营销公关机制。在信息化背景下,信息化技术既有优势也有不足,需要相关人员丰富营销方案,推动企业发展。但是,在发展的过程中也存在诸多问题。因此,在进行现实市场营销战略创新时,需要借助于营销公关手段,帮助企业塑造良好形象。第一,要从多个角度出发,提高企业的口碑,从而打造出向上、积极的企业形象。第二,要在第一时间找出企业营销信息中存在的安全问题,并对现有的风险预警机制进行完善,及时找出市场中对企业不信任的信息,了解多种不同资讯,改善其中不良风险因素,为企业的发展提供支持。第三,要合理地对待传统媒体、新媒体等宣传方式进行应用,做好企业战略内容创新,借助于营销,使消费人员对产品形成较多认识,感受到企业文化的感染力,从而提高企业在市场中的地位,为企业的健康、长远发展提供条件。

4 结束语

根据上文来进行分析,市场营销战略管理工作是企业的关键任务,能够较为有效地提高企业整体实力。因此,企业需要对市场营销战略管理予以充分关注,明确其中较为常见问题,并有针对性地作出改进,从而使市场营销战略管理工作更加高效开展,满足企业可持续发展需求。

参考文献

- [1]张辉.现代企业管理中营销战略管理创新思考[J].中国市场,2020(03).
- [2]何浩.现代化经济体系建设背景下企业市场营销战略新思路[J].财富时代,2020(01).
- [3]李德东.互联网思维对中小企业市场营销的影响和启发[J].花炮科技与市场,2020(02).
- [4]常宜龙.以差异化竞争为基础的企业市场营销战略研究[J].中国商论,2020(10).
- [5]毛菁菁.新经济背景下企业市场营销战略新思路分析[J].内蒙古煤炭经济,2020(02).
- [6]李欣蔚.基于国际视域探讨中小企业市场营销战略的创新发展[J].时代金融,2020(21).
- [7]周蕊.新经济背景下企业市场营销战略新思维分析[J].中小企业管理与科技(中旬刊),2020(08).
- [8]赵南星.大数据时代企业市场营销战略创新研究[J].内蒙古煤炭经济,2020(07).

作者简介:杨爽(1988-),女,汉族,辽宁营口人,专科,中级职称,研究方向:市场营销、投资管理。