

企业管理营销模式创新研究

顾光昊

湖北中联建设有限公司, 中国·湖北 宜昌 443000

【摘要】在现代市场竞争愈发激烈的背景下,企业必须要加大力度针对传统的营销模式进行有效的创新,在创新之后才能够吸引更多的消费者,推动企业各项业务活动的有效进行。但是经过研究发现,之前企业在发展过程中开展营销工作时还存在着营销理念落后或者营销模式单一的现象。在此情形下,对于企业的发展很难产生积极的影响。基于此,下文就着重探讨企业管理营销模式的创新措施。

【关键词】企业管理; 营销模式; 创新研究

Research on Marketing Mode Innovation of Enterprise Management

Gu Guanghao

Hubei Zhonglian Construction Co., Ltd., Yichang, Hubei 443,000, China

[Abstract] In the context of the increasingly fierce competition in the modern market, enterprises must increase their efforts for the effective innovation of the traditional marketing model, only after the innovation can attract more consumers, and promote the effective development of various business activities of enterprises. However, through research, it is found that there are still backward marketing ideas or single marketing models in the process of enterprise development. In this case, it is difficult to have a positive impact on the development of enterprises. Based on this, the following focuses on the innovative measures of enterprise management marketing mode.

[Key words] Enterprise management; marketing model; innovation research

在企业的发展中,市场营销是非常关键的一部分内容。通过市场营销工作的开展,能够使得企业在激烈的市场竞争中占据有效的优势。但是,在现代市场不断变化的背景下,对于企业的需求和要求也有所调整。在此情形下,企业要针对传统的营销模式进行有效的调整,才能够让企业在发展的过程中具备更强的竞争力。但是在现阶段的营销工作开展过程中,可能很多企业管理者还没有树立更为清晰的营销思路。围绕着营销工作的开展,企业没有制定更为精细化的发展方案,导致现阶段企业所采用的营销模式与市场环境和现代人民的需求之间存在明显的不契合特点。因此,在现代社会快速发展的背景下,为了改变这一现状,企业管理者需要合理地进行反思,在营销理念和策略上进行合理的创新,推动企业的可持续发展。

1 论析现阶段企业管理营销模式所存在的问题

在企业的发展的过程中对于营销工作是比较重视的,但是在具体的营销工作开展过程中仍然还存在着比较明显的现实问题,如果这些问题会得到有效的解决,将会直接阻碍企业的发展。第一点是在现阶段的营销工作开展过程中,企业管理人员还存在着明显的认知不清楚的现象。例如很多企业在营销工作的开展阶段,会耗费大量的时间来进行企业的品牌营销和推广,在这一环节中,管理者主要是引导员工不断地去加大营销的量,通过各种不同的方式去博人眼球。在这一环节中,企业并没有围绕着营销工作的开展制定更为清晰的规划,没有了解到不同人的一些实际需求,在盲目营销或者是过度营销的前提下,反而会增强一些消费者内心的反感心理,降低了企业营销的实际效果。

第二点是在目前的企业营销工作开展过程中,还存在着明显的不科学性特点。如在企业进行营销工作的过程中,其目的是为了吸引更多的消费者,为企业的业务发展奠定良好的基础条件。在这一环节中,可能有些员工为了吸引更多的客户,可能会选择以打价格战的方式来开展营销工作。在这一阶段,企业营销人员认为自己只要能够开拓业务、吸引消费者即可。在

这一环节中,企业员工没有考虑到自己给出的报价是否达到了企业的最低价格标准,在过度降价的前提下影响了企业的实际利润率。甚至有些企业在发展的过程中一味选择以打价格战的优势方式来扩大用户群体。在这一环节中,导致企业在激烈的市场竞争中很难获取更多的利润,对于企业的生存发展造成了非常明显的负面影响。

第三点是在现代企业营销工作开展的过程中,许多企业管理人员没有围绕着营销工作的开展进行细致的规划和部署。比如在营销工作开展阶段,应该由专业的营销管理人员来针对营销工作开展制定计划,明确需要完成的营销目标,同时针对营销工作中所面向的人群特点以及营销方法来进行全面的探讨和分析。但是现阶段许多企业对于这一内容的开展没有进行一个系统化的规划,还未完善其工作体系和制度内容。甚至是一些中小型企业而言,在这方面还缺乏专业的人才,所以这就导致现阶段许多企业在开展营销工作的过程中还存在着明显的混乱性特点。

2 浅析企业管理 = 营销模式创新的必要性

由于现阶段企业在营销工作的开展中还存在着一些明显的问题。因此,在新时期背景下,企业必须要针对传统的营销模式进行有效的创新,在开展营销创新工作的过程中能够让企业在发展的过程中获得更多的新机遇。例如在进行企业管理营销模式创新的过程中,企业管理者必须要围绕着现阶段营销工作中所存在的一些问题进行分析,选择查漏补缺的方式来解决以往营销中所存在的漏洞,围绕营销工作的开展做出合理的调整。在此情形下,能够让管理者有更为清晰的营销思路,推动营销工作的稳步进行。

其次,在进行营销模式创新时,管理人员还能够选择更多新的一些营销方法或者是一些策略来针对以往营销中的不足进行合理的调整。例如在现代社会快速发展的背景下,市场竞争情况越发激烈,而市场中的企业类型也越来越多。在开展营销工作的过程中,作为一些发展还不够成熟的企业而言,可以尝试

着借鉴一些成熟企业的成功营销经验,甚至还可以借鉴国外的一些成功企业的经验来针对企业的营销方向进行合理的调整。在此情形下,能够让企业在发展的过程中找到更多新的一些营销措施,针对传统的营销模式进行有效的调整,在充分发挥营销管理作用的前提条件下把握市场动态,让企业可以获得更多的市场资源,拓展企业业务渠道,让企业可以在激烈的市场竞争中保持更旺盛的发展活力,推动企业的可持续发展。

3 研讨企业管理营销模式的创新对策

在现代企业发展的过程中,营销工作是不可忽视的一部分内容。而在开展营销工作的过程中,企业管理人员必须要在营销手段和内容上进行有效的创新,才能够保证最终的营销工作开展质量。但是就现阶段而言,很多企业在传统的营销管理工作开展中还存在一些问题,营销工作开展现状还不够理想。基于此,下文就围绕着企业管理营销模式创新的实际措施进行探讨。

3.1 合理创新,丰富营销方式

在以往企业开展营销工作的过程中可能会存在明显的营销模式单一的现象。比如在之前的营销过程中,很多企业是采用传统的营销管理模式,通过投入大量的人力和物力进行宣传,并且在这一环节中,必须要投入更多的经费来争夺市场。在此情形下,不仅会费力、费时,并且还会消耗较多的成本。因此,新时期企业开展营销工作的过程中可以合理地进行营销模式的创新。如在现代社会快速发展的背景下,我国进入了互联网时代。在互联网时代下,企业在开展营销工作的过程中拥有了更多新的优势。例如在目前的营销工作开展阶段,企业可以利用现代互联网来进行营销推广,通过现代大众关注的一些不同的平台内容来针对企业的产品还有服务内容进行宣传和推广。通过这样的方式,也能够一定程度上节约以往的营销时间,扩大营销工作的现实影响力。并且在开展营销工作的过程中,作为企业管理人员而言,不仅只是通过宣传的方式来让更多的客户了解企业,同时在这一环节中,在开展营销管理工作的阶段,企业也可以加大调研力度,也可以围绕着营销工作的开展进行合理的调研。如在利用互联网进行营销宣传的过程中,不同客户可能会对企业的一些产品产生兴趣。在这一环节中,企业可以利用互联网平台来搭建相关的咨询或者是沟通渠道,引导不同的消费者能够灵活地去与企业员工进行沟通,了解产品信息。在此情形下,能够让企业管理者更加清晰地去了解现代消费者的一些实际需求,并且能够根据调研情况来针对以往的产品内容进行合理的创新,采取有效的产品价格还有渠道策略,对营销活动进行合理的管控。并且在利用互联网来开展营销工作时,对于不同消费者的地域没有明确的要求,不同人都可以按照个人需求去选择感兴趣的产品。在此情形下,也能够打破空间界限,扩大企业的营销领域。

3.2 合理规划,明确营销目的

在之前的企业管理营销工作开展过程中,企业并没有针对营销工作的开展进行细致的规划,所以可能会导致整个营销过程相对混乱化,甚至是很多员工为了能够不断地增加自己的业绩,会盲目地去进行一些恶意营销或者是打价格战。在此情形下,对于企业的长远发展会产生明显的不利影响。因此,在现阶段的营销工作开展阶段,作为企业管理人员而言,需要树立更为清晰的营销思路。如企业进行营销工作的目的就是为了让更多的用户群体去了解公司的产品,扩大企业的竞争优势。在这一环节中,企业不是通过扩大宣传量或者营销量来吸引客户,企业需要通过自身的一些服务和产品内容来打动消费者。因此,在现阶段的企业营销管理工作开展过程中,企业需要加大培训力度。比如针对营销工作的开展,企业可以由专业的营销管理人才来对内部的员工进行培训。在培训之后,引导员工能够采用专业的策略去开展营销

工作。在这一环节中,针对产品的价格,企业需要做出明确的规定,营销管理人员可以针对用户心理进行分析,结合消费者的实际情况来设计阶梯式价格。在开展营销工作的过程中,企业营销人员可以运用自己所学习的一些营销定价策略来与不同的客户进行沟通,吸引消费者。并且在现阶段的营销工作开展中,作为企业的相关营销人员而言,不仅只是去吸引更多新的消费者,营销人员还可以加强与老客户之间的沟通和交流,合理地做好客户维护工作,树立更为良好的企业信誉和品牌形象,选择以来带新的方式来扩大企业的现实影响力。借助这样的方式,能够保证企业营销工作的有序性和科学性。不仅如此,在进行营销管理工作的过程中,企业还需要围绕着目前营销工作的开展制定更为完善的制度,通过制度来明确不同营销人员的个人岗位职责和职能,利用制度来约束内部营销人员的行为。除此之外,企业也可以设置一些不同的奖励制度,让营销人员有更强的工作积极性。

3.3 及时总结,回顾营销问题

在企业开展营销工作的过程中,可能主要是一直去采取不同的营销策略来提升企业的营销工作开展效果。在这一环节中,很少有企业会针对以往在营销工作开展过程中所存在的问题进行反思。在此情形下,对于企业的发展很难产生明显的积极影响。因此,在现阶段的企业营销模式创新阶段,作为企业管理相关营销人员而言,还需要具备较强的总结和反思意识。如围绕着现阶段营销工作的开展,企业可以设定一些周期计划。在一个周期内,企业可以安排内部营销人员去开展相关营销工作。在完成了一个周期的营销工作之后,企业内部需要进行复盘。在复盘的过程中,企业管理人员和营销人员可以围绕着之前在营销工作中存在的问题进行全面的分析,并且能够结合以往所存在的问题提出新的营销策略。借助这样的方式,能够让企业相关管理人员更加清晰地了解到以往在营销管理中所存在的不同问题,能够有针对性地进行调整。并且在现阶段的营销创新过程中,企业还需要针对营销人员进行合理的考核,让其能够围绕着现阶段营销工作的开展不断思索。企业在进行营销考核的阶段并不只是考核营销人员的一些业务量,还需要考核营销人员所采用的一些营销模式、营销理念等。在此情形下,让企业内部员工在一种良性竞争的氛围内主动进行营销创新,推动营销工作的高质量进行。

结束语:

综上所述,在企业发展过程中,营销工作是非常重要的内容。而为了推动这一工作的高质量进行,企业管理人员需要围绕着现阶段企业营销工作中所存在的问题进行全面的分析,并且能够采取有效的措施来进行营销创新,构建更为完整的营销体系,在不断调整的前提下使得目前企业营销管理工作能够焕发新的活力和生机,保证营销工作的实际开展效果。

参考文献:

- [1] 赵文祥. 基于市场营销的企业经济管理模式创新研究[J]. 市场周刊·理论版, 2022(14): 4.
- [2] 朱延平. 大数据时代中国企业的营销模式创新研究[J]. 文摘版: 经济管理, 2016, 000(001): P. 108-108, 115.
- [3] 王丽丽. 企业电子商务的营销管理模式创新的探讨[J]. 科技资讯, 2016, 14(28): 2.
- [4] 耿延凤. 供电企业电力营销业务数字化管理模式研究[J]. 黑龙江科技信息, 2014(28): 50-50.
- [5] 邱勇. 探究市场营销背景下企业经济管理模式创新的对策[J]. 商场现代化, 2014(28): 1.

作者简介:

顾光昊(1995.10-27)男, 职称: 无, 民族: 汉, 籍贯: 湖北, 学历: 硕士研究生, 单位: 湖北中联建设有限公司。