

DOI:10.12361/2661-3263-05-09-116057

# 企业市场营销与经济管理的融合策略研究

李 堃

北京航天万源建筑工程有限责任公司, 中国·北京 100076

**【摘要】**企业的营销和经营管理是影响企业健康、快速、快速发展的因素。企业营销与经济经营相结合,有利于企业生产经营活动,有效规避金融风险,树立良好的企业形象。当前,我国的企业营销和经营管理还没有很好地结合起来。要从营销、经济管理的理念入手,从管理的艺术、思想的力量、人才的魅力等多个方面,为提高企业的经济效益提供切合实际、行之有效的实践。

**【关键词】**企业; 市场营销; 经济管理; 融合分析

## Research on the Integration Strategy of Enterprise Marketing and Economic Management

Li Kun

Beijing Aerospace Wanyuan Construction Engineering Co., LTD., Beijing 100076, China

**[Abstract]** The marketing and management of enterprises is an important factor that affects the healthy, rapid and rapid development of enterprises. The combination of enterprise marketing and economic management is conducive to enterprise production and management activities, effectively avoid financial risks, and establish a good corporate image. At present, Chinese enterprise marketing and economic management do not combine very well. We should start from the concept of marketing and economic management, from the art of management, the power of thought, the charm of talents and other aspects, to improve the economic benefits of enterprises to provide practical and effective practice.

**[Keywords]** Enterprise; Marketing; Economic management; Fusion analysis

在日益加剧的全球竞争和日益严峻的经济形势下,企业在市场中的存活和持久的生命力也是一个需要考虑的问题。企业要在国内站稳脚跟,必须不断提升自己的核心能力。为了提高企业的经济效益,应从营销与经济管理两个层面上进行全面的思考,以获得最大的经济效益,并在一定程度上扩大公司的知名度。

### 1 企业市场营销与企业经济管理

#### 1.1 市场营销

营销是一种以顾客需求为导向,以产品生产、流通、售后服务为目的的一系列业务活动。在生产经营过程中,必须建立正确的营销观念,把握市场机遇,建立市场营销战略,有效地控制市场行为,从而增加市场份额,实现经济效益。企业营销的实质就是在合适的时间、合适的地点、合适的价位,通过合理的信息交流和营销方式,为特定的顾客提供相应的商品和服务。商业市场把潜在的交易转化成符合顾客个性化需求的交易行为。营销部门是整个企业生产、经营活动的中心,它能统筹企业的整体经济发展和经济经营计划。

#### 1.2 经济管理

企业的经济管理是对企业进行计划、组织、指挥、协调、控制等一系列功能的统称。企业组织实施经济活动,涉及到经营计划、组织、协调、实施、风险管理等多个方面,使各方面的工作相互配合、有效衔接,从而提高企业经济管理的水平和效率,实现企业经济效益的最大化,保障企业稳健发展。企业的经济管理,包括企业内部的生产、成本、市场的开拓以及企业的供求关系,这是保证企业经营的科学化、提高经济效益的一种重要手段。企业经营的终极目标是为客户服务,为企业创造经济效益。

#### 1.3 企业市场营销与企业经济管理融合的必要性

第一,两者的高度结合,使企业的高质量、高速度发展成为可能。企业在制订行销和经济经营战略时,应根据自己

的实际情况,考虑两者的共生点,根据市场经济的发展情况,制订符合市场发展趋势的营销和经济管理战略,以使企业在较短的时间内获得较高的经济效益,从而达到较好的经济管理目的。

第二,两者的高度整合,能够有效地避免企业内部的冲突与外部的环境风险。在制定营销战略时,参照经济管理战略,能有效地避免财务风险,促进公司的稳健发展。在制定经济管理战略时,借鉴营销战略,能有效地减少企业的成本投入,推动公司的快速发展。

第三,两者的高度结合,能够达到相互补充、相互补充、适时地更新和调整市场和经济的战略。通过两者的结合,可以更好地维护企业的形象,在顾客心目中建立良好的口碑、文化认同和品牌依赖性,让消费者了解企业文化、企业发展等情况,不断增强企业产品的品牌知名度,促进企业又好又快发展。

### 2 当前市场营销中存在的问题

#### 2.1 限于传统的营销观念

过去,计划经济占统治地位。由于受传统市场营销理念的影响,部分国企在规划指导下依然坚持以计划经济为导向,不管是在生产过程中,还是在市场中,都存在一种根深蒂固的思想。在投放产品时,由于缺乏充分的市场调查,没有太多的注意消费者的消费倾向,也没有把握好消费者的需要,因此,在许多情况下,商家所推出的商品往往没有激起购买者的购买意愿,从而导致大量的商品滞销。大量的产品积压给企业的资金流动造成了很大的影响,使很多公司无法持续生产。

#### 2.2 企业营销部门专业人才匮乏

因为企业的经营重心是制造、销售、市场,然而在市场营销这一环节中,大多数的企业并没有真正把市场作为一个重要的环节。许多公司在做销售的时候,明显地忽略了市场营销的角色。所以,很多公司的行销部门都缺乏一个强有力的管理人

才。这种人的确会导致整个市场销售环节和业务发展脱节。在行销部下面，又是层层细分，每一个部门都会有一个具体的岗位描述，因此，如果没有一个好的管理层，那么，市场营销的作用就会大打折扣。此外，由于市场推广计划迟迟不能下发，多数企业的决策流程都滞后了。决策与市场营销是企业发展中的一个重要环节，如果迷失了方向，那么整个公司乃至员工都会逐渐丧失工作的积极性。

#### 2.3 没有制定适当的营销战略

一个公司必须要有一个发展战略，没有明确的指导，就会逐渐失去在这个充满竞争的市场。不管是经济发展，还是公司发展，策略都起到了“以目标为中心”的作用。目前，得力、海尔等品牌在市场上颇受欢迎，已经形成了一些品牌策略和营销策略。上述公司的战略规划和市场战略的制订，是其它公司发展的典范。中国公司大多是以策划营销为主，而规划营销是指在产品上市时设定特定的目标与数量，而不能从长远的角度考虑公司的发展。如果公司总是把目光放在目前的市场上，而不把公司的利润和收益放在心上，那么这种经营手段就会使公司在很长一段时间内陷入停滞。

#### 2.4 拓展新市场的能力受限

在公司的发展中，市场总是被优先考虑的一部分。从公司发展的观点来看，他们更倾向于把目光投向具有更大市场潜力的区域。在选择市场时，往往要综合考虑区域的需求量、经济发展能力、消费潜力等因素。如果不能全面地考虑到各个方面的影响，发展新的市场就会变得非常困难。目前，国内许多公司的市场定位都处于一个特殊的地域，经历了漫长的发展过程后仍未发生变化，这主要是因为他们对新市场的开拓能力还没有提高，对区域发展潜力的认识还没有充分发挥。比如，在进行市场开发时，有的公司仅仅注重该市场的消费需求和地域优势，而忽略了该地区的消费情况。例如，一些企业在发展农村市场时，仅仅关注供求关系，忽略了对投资的关注。企业的社会责任也很重要，它能在一定程度上促进当地的经济，既能实现经济利益又能促进当地的经济。在这个基础上，公司逐渐在新的市场上树立起了自己的信心，赢得了大量的拥趸，在新的市场上站稳了。

### 3 企业经营管理与市场营销的关系分析

#### 3.1 营销的前提是经营管理分析

要使公司的长期、稳定、持续地发展，企业在进行产品开发和生产前，必须考虑到外部市场中的顾客的需要，这些顾客的需要是公司产品投资的关键。企业要从外部市场中得到顾客的需要，以全面地了解整个市场对公司产品的需求情况，从而使企业能够在整体的营销活动中有基础。企业的营销策划必须从整体的发展策略出发，充分考虑到企业的整体经营策略，从而实现公司的营销目标。此外，在对某一项目进行运营决策时，必须根据目前的发展情况，对其进行相应的分析，以求获得客观的评估结果。在根据外部市场制定发展策略时，必须兼顾企业的生产和运营两方面的决策，而不仅仅是单一的因素。要使公司能够持续、健康地发展，就必须以市场营销为中心，积极地进行相应的工作。

#### 3.2 经营管理理念的优化推动了市场营销空间的开拓

要想在竞争越来越激烈的市场上生存下去，就必须改变自己的管理方式，用创新的眼光来发展自己的战略。每一家公司都有自己的网站，也有自己的公司和微信。在微信群里，员工可以通过微信群向员工传达他们的商业思想，从而促使员工主动地参与到公司的战略部署中来。员工们在理解公司发展的新思路后，都会更加努力地投入到公司的改革之中。唯有持续的创新，才能让企业的经营状况得到进一步的提高。公司的内部结构需要不断地进行调整，以推动公司的产品更新和转型，以提高公司的核心能力，为公司的长远发展打下坚实的基础。在公司未来的长期发展战略中，可以持续地与市场需要相结合，以获得最大的经济效益。

### 4 企业市场营销与经济管理的融合措施

#### 4.1 改变并创新企业经济管理理念

企业要想在市场上获取更大的经济效益，就必须把经济管理作为一个重要的工作内容，以便为公司的长远发展打下坚实的基础。从目前的企业发展情况来看，大多数的企业在经营过程中，普遍存在着经营理念的滞后。意识是一种行为的导向，所以要在一个以创新为主题的时代，转变传统的经营观念，实现本质的转变。如果长期坚持传统的经济经营观念，企业的经济管理就会出现效率低下、工作质量低下的现象。从经济管理的观念出发，管理者必须不断学习新的知识和技能，不断地提升自己的知识和技能。同时，它也要加强对市场热点的把握，在市场发生重大变动时，管理者可以根据市场的变化及时做出反应。要适应时代的发展，就必须运用现代的管理思想，确保企业在发展的过程中，尤其是在经济管理方面，做到系统化、科学化。

#### 4.2 打造一支高效的营销复合队伍

从目前的发展需求来看，人才短缺是一个不可避免的问题。为了弥补市场人才短缺，很多公司不得不增加人力资源。企业可以在现有的市场营销人才的基础上对其进行知识的培养，并通过对其进行课程的培训，进一步提高市场营销人才的素质。通过定期的训练，逐步提高市场营销人员的职业技能。他们不但要具备运营和管理的技能，而且要具备市场营销的技能，能够适应当今的资讯科技。在运用多媒体技术的同时，还可以借鉴目前市场上流行的几种经营模式，并将其作为一个实例加以剖析。营销人员从个案中学习营销知识、管理技能等，为企业提供有效的建议。此外，公司应该从财政中拨出一部分资金，用于组建团队。一是激励市场营销人员积极参与到公司的建设之中，积极地学习经营管理的相关知识；二是积极地跟上时代的脚步，不断学习新的经营理念和市场理念。在意识到了这一点之后，练习是不能忽略的。企业应经常进行市场经济管理实践，使员工在实践中再次打下知识基础。在这种团队的指导下，公司的发展目标更准确，决策也更可靠。

#### 4.3 创新企业经济管理大数据

目前，大数据技术尤其是大数据技术在企业经营中的应用越来越受到企业的关注。在生产、经营和销售环节中，要合理运用大数据技术，使企业的整体运营效率得到明显的提升。在信息化时代，企业可以运用资讯科技对资料进行分析，并据此制定出合理的发展策略。只有对市场投资中的企业资本比例进行合理的控制，才能为经济管理提供合理的指导。此外，企业还可以利用资讯科技的力量。利用信息技术的优势，建立一种基于互联网的实时监测评估体系，能够及时地发现经济运行中存在的问题和缺陷。以经济管理前工作品质为基础，进行改革与创新，才能真正保证企业经营的真正品质。创新一旦开始，就应该是全方位的，而不是单一的。在经营活动中，必须把管理者视为经营活动的一个重要环节，定期对其进行评估，发现其存在的问题，要及时发现并改正。运用网络技术可以有效地降低企业在经营过程中的投资成本，使公司获得最大的经济效益。

### 5 总结

总之，把经济经营和营销结合起来是时代发展的必然趋势。在快速发展的新世纪里，企业面临着巨大的机遇，但同时也面临着巨大的挑战。要实现企业的营销、运营管理工作与时俱进，就必须重视营销内容，提升营销工作的质量和效益。良好的经济管理，不但可以推动公司的发展，而且可以增加公司的经济效益。随着时间的推移，公司的商业运作将会得到改善和发展。

#### 参考文献：

- [1] 张斐斐. 市场营销角度下企业经济管理模式分析[J]. 现代商业, 2019(11): 150-151.
- [2] 张彰. 企业市场营销中的客户关系管理分析[J]. 经济管理文摘, 2019(12): 189-190.