

DOI: 10.12361/2661-3263-06-02-129675

企业市场营销战略体系构建研究

张梦琪

安徽财经大学, 中国·安徽 蚌埠 233000

【摘要】 伴随着国家经济的发展, 国家的实力越来越强, 各企业在发展产品市场营销过程中取得了长足的进展。由于企业的特性取决于其规模类型, 因此, 企业在构建市场营销战略体系时要与其自身的特点相适应。基于此, 本文对企业市场营销战略体系构建进行探讨, 以供参考。

【关键词】 企业; 市场营销战略体系; 构建; 方法

Research on the Construction of Enterprise Marketing Strategy System

Mengqi Zhang

Anhui University of Finance and Economics, Bengbu 233000, Anhui, China

[Abstract] With the development of the national economy, the strength of the country is getting stronger and stronger, and the enterprises have made great progress in the process of developing product marketing. Because the characteristics of the enterprise depends on its size type, the enterprise should adapt to its own characteristics when constructing its marketing strategy system. Based on this, this paper discusses the construction of the enterprise marketing strategy system, for its reference.

[Keywords] Enterprise; Marketing Strategy System; Construction; Method

在经营和发展的过程中, 企业是以效益为中心的。要使经济效益得到切实地体现, 就必须要有政策的支持, 还要辅以市场的调控。另外, 还要有健全的管理机制, 以及创新化的市场营销战略, 因此, 这就要求企业必须要在强大的竞争压力下, 根据市场营销战略体系, 进行有效地创新, 从而进一步提高企业的竞争力, 促进企业的可持续发展。

1 构建企业市场营销战略体系的重要性

要想成为一家优秀的企业, 就必须建立一套有效的营销战略体系。与目前的企业形态相联系, 在实际情况中, 其一, 我国企业大部分都属于分散型企业, 企业的竞争意识和营销意识还不够强, 并且对某些可能存在的阻碍因素也没有充分地了解, 这就造成了这种分散型企业很难在竞争日趋激烈的经济市场上立足, 仍然在完全竞争与垄断竞争之间徘徊。因此, 如果企业要在市场上占据主动, 那么市场营销策略的构建就显得尤为重要。其二, 在企业为占领更大市场份额的背景下, 产品愈来愈趋向大众化、通用性, 难以在短期之内引起市场的注意。所以, 在当前的市场经济条件下, 企业应该走向个性化, 而个性化中又少

不了战略的创意。企业要想获得更大的发展, 就需要提高自己的创新能力。这就给企业的目标市场定位带来了新的挑战。最后, 人才匮乏, 科研力量不强, 生产资金匮乏, 公司信息不透明等, 都对企业的发展造成了很大的影响。因此, 在目前的发展阶段, 建立一套有效的市场营销战略体系是非常必要的。

2 企业市场营销战略实施存在的问题

2.1 缺乏完善的管理体系

要想建立企业的现代化管理体系, 必须以企业法人治理结构和促进企业的科学发展为基础。而一些现代化企业管理制度主要以股东大会、董事会、监事会为核心。其中, 企业的最高决策机构是股东大会, 而董事会、监事会是企业在日常经营活动中, 对企业进行有效监督的重要机构。然而, 从目前企业的管理体制的实际情况来看, 许多企业都采用了家族式管理的方式, 在经营管理方面, 以“人治”为主, 使得企业的管理与决策执行具有很大的盲目性^[1]。

2.2 缺乏市场营销战略意识

因为一直以来企业都受着传统的营销管理方式的制约, 使得许多企业在制定市场营销计划时没有足够的策略意

识。这个问题的突出表现就是,企业的市场营销部门还在沿用着计划经济时期制定的销售任务指标办法,缺乏一套行之有效的多元化的激励机制。此外,它还反映在企业的外部,在产品和服务的设计和发展中,没有以消费者的需求为依据,对其进行动态化管理,没有对与消费者之间的交互进行足够的关注,这对消费者的忠诚度培养造成了很大的阻碍。

2.3 缺乏创新营销战略的方式

在目前的激烈的市场竞争环境下,企业要想实现稳健、健康地发展,就必须要有灵活的发展战略,应在没有建立全面的战略规划的情况下进行市场营销活动。因为长期被传统的营销观念所束缚,企业在经营和发展的过程中,仅仅注重短期的营销利益获得,而忽略了保持企业人、事、物的协调配合的管理工作。出于方便,没有站在战略规划的立场上来制定营销战略,忽略了对市场营销的研究,就直接开始实施战略。仍然使用着传统的代销模式进行市场营销,对于营销战略没有进行有效的创新,没有能够在营销的过程中开拓出更多的潜在市场,这对企业的长期发展造成了很大的阻碍。

3 企业市场营销战略体系的构建方式

根据上述可知,企业在多个方面存在着问题,为此,本文将从下面几个角度,对企业市场营销战略体系的建立做进一步分析。

3.1 构建科学营销管理体系

如今,尽管许多先进的市场营销理念已经逐步渗透到了企业中,但仍有许多企业的营销管理体系缺少科学性。在企业的市场营销中,销售人员起到了很大的作用,而且,对于销售人员的培养,在一定程度上,还会影响到企业的市场营销水平。因此,这就要求企业要建立一个科学、合理的市场营销管理体系。首先,企业要对现行的考核制度进行有效地改造,并积极运用各种考核方法。例如,销售人员的销售业绩,开发新客户数量,客户的满意程度等。其次,企业还应该建立健全的激励制度,从而可以充分地调动每一位销售人员参加工作的积极性和主动性,从而激发销售人员在工作中的热情。最后,企业要加强对营销人员的管理,从而使企业的市场营销业务的流程以及营销方式得到有效规范^[2]。

3.2 树立全新的现代营销观念

建立一套科学、理性的企业营销价值体系,是构建现代化营销观念的前提。在现代化的营销观念下,企业必须更加注重在产品的质量与服务上的竞争,同时也要考虑到许多诸如价格等的影响,提高企业的整体竞争力。在国家信息技术的快速发展下,企业所处的市场环境也出现了很大的变化,企业的市场环境从一开始的价格竞争,逐步转向了产品质量、性能、包装及品牌等多个领域,这样就形成了一种更有吸引力的非价格竞争。建立全新的现代化营销观念,可以为企业的市场营销体系增强其竞争力,这样才能够在激烈的市场竞争中获得竞争优势。同时,在营销的时

候,可以为消费者提供高质量的服务,从而增加消费者对产品的体验感,提高交易成功率,为企业获得更多的经济和社会效益^[3]。图为市场营销过程。

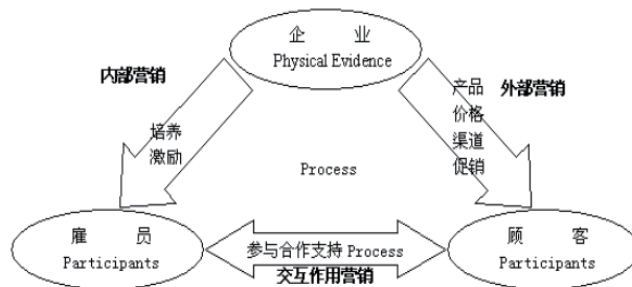


图: 市场营销过程

3.3 创设适合企业的营销战略

对于处于运营发展中的企业来说,其一,建立与企业相适应的营销策略,可以让企业更好地了解市场动态,进而以目前的市场变化为依据,企业可以及时地对自己的发展战略进行整改和创新。接着,利用现有的战略,来有效地扩大市场,从而扩大企业的市场份额。其二,企业也要适时地对市场进行开拓。例如,伴随着我国的信息技术发展迅速,企业可以将信息技术应用到目前的网络之中,来进行市场营销。通过互联网的方式,对自己企业的产品进行展示,在最短的时间内,将企业的产品信息传递到消费者的手中,吸引到更多消费者的注意,进一步提高企业产品在市场上的占有率和知名度。其三,企业可以利用抖音、微博等新媒体社交平台,创建自己的官方账号。在对企业进行宣传的过程中,还可以有效地拉近企业和客户之间的距离,让企业与客户的关系更加紧密,并与之形成良好的互动关系。除此之外,企业还能在最快的速度里,完全了解每一位消费者的需求,建立售后反馈改进过程体系,让企业所创造出来的产品能够与每一位消费者的需要相匹配,从而提高企业的经济效益。

结束语:

总之,以我国企业的市场营销发展状况为依据,发现还有许多企业在市场营销中存在着较大的问题。因此,必须尽快解决这些问题,并采取相应的改进对策,以确保企业能够在日益激烈的市场环境下得到可持续发展。可以通过构建科学的营销管理体系,建立与企业相适应的营销战略,拓展企业的市场环境等来找到行之有效的办法,从而更好地推动企业的可持续发展。

参考文献:

- [1] 宗昶. 新经济背景下企业市场营销思路[J]. 合作经济与科技, 2022 (19): 92-93.
- [2] 原朝芳. 互联网时代背景下企业市场营销策略探讨[J]. 中国管理信息化, 2022, 25 (12): 112-114.
- [3] 师金辉. 新时期企业市场营销战略财务体系构建分析[J]. 中国物流与采购, 2021 (19): 81.