

网络经济时代关于市场营销的几点思考

桑 睿

中冶宝钢技术服务有限公司, 中国·上海 201999

【摘要】我国当代社会的发展促使很多行业都开始由传统的工作模式向网络化方向转变, 主要是由于网络经济时代的到来给社会经济的发展提供了较大的契机。就市场营销来说, 其受到网络经济发展的影响较为显著, 特别是对很多营销公司都产生了一定的冲击。因此, 亟需在网络经济时代的大背景下转变市场营销策略, 以适应环境变化的要求。文章主要通过分析网络经济时代市场营销策略转变的重要性及影响, 提出相应的策略转变路径, 促进市场营销模式的转变。

【关键词】网络经济时代; 市场营销; 转变策略

网络化时代的到来对人们的日常生活及工作都产生了较大的影响, 网络化最显著的特征——便利性、快捷性也对人们提供了较大的帮助。在网络经济时代到来的当下, 很多企业都致力于推出更受客户欢迎的产品, 因此需要不断发展及再生市场营销模式。^[1]针对这个目标而言, 目前最重要的就是转变市场营销模式, 通过不同的方法拉近企业与客户之间的距离, 促进企业的发展, 使其在发展当中更加稳定及迅速。

1 网络经济发展对市场营销的影响

网络经济主要依托于计算机技术及互联网科技的发展, 信息传播的速度、深度及广度都是传统经济模式所不可比拟的。其一, 在网络经济模式下, 市场营销的经济主体能够更好地凸显出来, 打破传统发展形式的区域限制, 进而实现全球化、多维度、跨区域等模式。特别是近几年电子商务平台的发展促使网络信息技术的受众逐渐增多, 很多经济形式的产生变得无形化、多样化, 所以转变市场营销策略势在必行。其二, 网络经济下的产品生产及流通等能够以一种新型的生产模式展开, 其与传统的单一模式存在较大的区别。消费者在购买产品的过程中可以省去多个中间环节, 通过产品页面了解更多的信息, 还能够直接开展线上咨询, 促进产品的流通, 提高整个营销过程的效率。这种高效的模式可以通过软件加强对产品、渠道及价格等的有效管理从而实现企业对市场特征的掌握以及潜在客户的发掘, 制定更完善的营销策略。其三, 网络市场营销模式的优势在于可以根据大数据系统的分析, 可以满足不通顾客的需求, 也能实时定向调整一些不太受欢迎的产品销售。所以说, 网络经济发展对于市场营销的影响是巨大的, 这种形式也越来越被市场消费者和广大企业所认可和推崇。

2 网络经济时代企业转变市场营销策略的重要性

日本一位颇有威望的企业家曾言, 营销是企业的血液循环和神经反馈, 成功的企业必须有成功的营销。市场营销的定义告诉我们, 市场营销的最终目标是“满足需求和欲望”。^[2]第一, 在网络经济时代下, 企业需要通过转变市场营销策略让整体的营销体制及观念、方法等产生变化。网络是虚拟的媒体, 网络经济没有面对面的交流和实际的产品感知, 整个营销过程可能都是虚拟的, 这就需要企业认真分析营销特征及客户的需求, 创新及完善市场营销策略, 尽可能地让客户通过营销过程满足需求, 从而促进公司的长期稳定发展和稳定的市场地位。第二, 互联网是网络经济时代发展的重要产物, 很多公司在运营的过程中都需要借助它扩大市场范围及需求经济, 这种虚拟市场经济的发展也需要通过转

变营销策略得以实现。在利用互联网的过程中, 公司可以通过线上宣传的方式不仅可以降低成本, 还能够产生多样性的效果, 不断突破时间及空间的限制, 可以在很大程度上提升公司的实际竞争力。第三, 网络经济时代下的市场营销实际上就是一种网络营销, 图1为这种形式的主要特点, 在转变营销策略时就可以基于这些特点优化营销效果, 突破传统市场营销的局限性, 适应全球化客户的需求。

市场营销不是企业发展成功的唯一因素, 但一定是成功的关键因素。只有重视市场营销在企业发展当中的作用, 采取积极正确的市场营销战略, 才能助力企业实现持续高效稳定发展。



图1 网络营销特点

图源: <https://pic.sogou.com/d?query=%CD%F8%C2%E7%D3%AA%CF%FA&mode=1&did=156#did155>

3 网络经济时代市场营销策略转变的路径探索

3.1 转变传统营销观念

在对当代市场营销策略进行转变的过程中, 首先需要转变营销理念, 网络经济时代的市场营销需要具备较强的前瞻性, 企业可以建立自身的电子信息系统采集数据, 在大数据分析的基础上客观分析、预测市场需求, 有效规避市场风险, 把握发展机遇, 采取有效的营销模式实现企业发展平顺的目的。^[3]特别是企业还要对市场发展方向进行分析, 在满足消费者的需求的同时还需要保证新的营销理念适应于企业自身的发展的需要。图2为网络经济时代的一种新型营销理念, 其反映出来的营销策略主要是以品牌作为核心, 借助互联网, 对不同的用户需求进行分析, 以达到不同类型用户的要求, 促进品牌的发展。



图2 网络经济时代新型营销理念

图源：百度图片

3.2 优化网络营销模式

网络经济时代，营销模式的优化至关重要，但是它必定是建立在对企业特点进行排摸的基础之上，要综合考量企业的规模、市场地位、潜在客户的特点及需求、营销成本的投入、盈利能力等等要素（如图3所示），再来有针对性地选择适合本企业发展的营销模式。目前，常用的营销模式有，网络广告推广、软文营销推广、链接推广、电话推广、资源合作推广等等。企业要最大限度地对产品信息进行收集与整理，以此了解消费者的需求，从而将收集来的信息反作用于企业地产品研发、制造、销售各个环节，如保证产品质量的合格性，推动产品的更新速度，优化售后服务等等，不再为了营销而营销，而是将“信息”作为高附加值的资源为己所用。



图3 网络营销目标效果分析

图源：<https://pic.sogou.com/d?query=%CD%F8%C2%E7%D3%AA%CF%FA&mode=1&did=16#did15>

3.3 构建网络信息平台

网络信息平台的构建是网络经济时代营销策略转变的必要形

式，企业要通过互联网获得更好的营销效果，就需要以网络平台作为媒介，搭建营销桥梁。在构建网络平台的过程中，需要不断推动信息化发展实践，丰富营销活动的形式及内容。消费者在了解产品信息同时也能够通过互联网进行沟通，还可以参与到产品的生产及销售当中，询问与产品及服务相关的问题，获得更多的有效信息。^[4]消费者参与的过程就是营销的过程，无论是被动接受信息还是主动询问信息都是网络平台发挥的作用。网络平台的建设能够快速掌握消费者的不同需求，进而提高企业的营销效率，提高产品流通速率。

3.4 完善市场开发战略

网络经济背景下的市场营销最重要的元素就是“信息”，运用得当，分析到位，就可以使得企业在现代化竞争中保持强有力的竞争优势，如果出现“信息偏差”，后果也是可想而知。在收集分析网络数据信息之后，完善企业的市场开发战略是至关重要的一步，它就像是一副作战指挥图，决定最终是否能够取得胜利。大多数企业重新研发新产品需要经过漫长的过程，投入成本也是巨大的，因此市场开发战略被大多数企业所运用。^[5]市场开发战略是由现有产品和新市场组合而产生的战略，即企业用现有的产品开辟新的市场领域的战略。它是发展现有产品的新顾客群，从而扩大产品销售量的战略。市场开发最重要的就是通过对现有营销模式的分析从而制定科学合理的市场战略。目前，常用的市场开发战略有机会市场策略、滚动市场开发策略、中心市场开发策略、等高线市场拓展策略、媒介机会市场策略、中心量贩市场策略、行政区划市场策略、全国统一市场策略、综合性市场策略等九种市场开发策略，企业结合实际选择其中的一种或几种完善市场开发战略。

4 结束语

网络经济时代下的市场营销策略转变，通过互联网传递的大数据分析，对营销方案及模式进行优化，满足多元化的消费需求，适时调整市场开发战略，促进企业可持续发展。

参考文献：

- [1] 司豫华. 网络经济时代企业市场营销策略探究[J]. 今日财富：中国知识产权, 2019(5).
- [2] 王莉, 殷君. 网络经济时代下的市场营销策略探析[J]. 现代经济信息, 2019(11).
- [3] 李雁函. 网络经济时代下的市场营销思维转变[J]. 商场现代化, 2017(10): 50-51.
- [4] 姜博. 全媒体时代下网约车营销策略及发展趋势研究[J]. 新闻研究导刊, 2017(24).
- [5] 市场开发的九种营销战略. 中国企业培训网[引用日期2012-12-07].