

中小企业国际市场营销策略研究

刘志兰

临沂大学, 中国·山东 临沂 276000

菲律宾克里斯汀大学国际学院, 菲律宾·马尼拉市 0900

【摘要】现阶段, 经济全球化的不断推进, 为我国中小企业的发展提供了更多的发展机遇, 但是, 中小企业若想抓住相关发展机遇, 则需要对自身的发展情况进行全面的了解, 而且还要结合实际情况, 制定出科学的国际市场营销策略, 以此打开国际市场, 使其我国的中小企业能够在国际市场中占据一定的份额, 这样不仅能够促进中小企业的发展, 还能够促进我国社会经济的整体发展, 进而增强我国的经济实力。

【关键词】中小企业; 国际市场; 营销策略

引言

在当前的经济背景下, 我国经济与世界经济之间的联系变得越来越紧密, 随着国际市场与我国经济市场的接轨, 经济发展机遇随之而来, 但是, 经济竞争压力也变得越来越大, 在这种情况下, 我国中小企业若想保持长远稳定的发展状态, 则需要针对经济市场发展的具体情况, 以及自身的实际发展需求, 采用合适的措施, 制定出相对应的国际市场营销策略, 将自己推出国际, 以此扩大营销渠道, 增加更多的客户, 进一步增强企业自身的竞争力, 促进企业的发展。

1 开展有效的国际市场调研工作

相关中小企业若想改变当前的生产经营性现状, 就需要采用合适的营销策略, 而且若想在国内外市场中占据一定的份额, 则要做好相应的市场调研工作, 并结合调研结果及自身的实际情况, 选择符合实际发展需求的产品及目标客户群。在开展市场调研工作时, 需要对国际市场的发展情况、前景、不同国家的经济情况、文化风俗、政策法律、消费理念等多个方面进行全面的了解, 与此同时, 对于关税、卫生标准等也要予以明确。另外, 对于国际市场中有关国家的同类产品销售情况要进行全方位的了解, 这样也能够对竞争对手的具体情况予以掌握, 对于有关产品的专利情况也要明确, 以防出现侵权的情况, 为企业带来发展风险。在完成国际市场调研工作之后, 企业需要对调研结果进行综合分析, 选择合适的国家或者是地区, 生产出高质量且深受市场欢迎的产品, 这样也便于提高市场营销的有效性。而且在营销过程中, 相关企业还应该有针对性的选择合适的客户群, 并且要对客户群的个人能力、资信情况等予以调研。通常情况下, 国际市场营销是借助中间商或者是第三方的力量, 对产品进行销售, 也因此, 客户本身的信用度及能力则会影响到营销效果, 这就需要相关中小企业对其进行科学选择^[1]。

2 国际市场产品策略分析

企业产品策略会对其自身的市场营销产生直接的影响, 通常情况下, 中小型企业在资金、品牌、产品技术等多个方面, 均难以与大型企业相比, 在这种情况下, 中小企业则需要结合实际情况, 为自身寻找合适的出路, 并且要先从产品开始着手, 选择适销对路的产品, 而且还要保证产品本身的质量, 采用合适的方式降低产品的生产成本。与此同时, 中小企业尽量选择很多大型企业忽视的产品, 或者是存在缺陷的产品, 对于产品进行全面且深入的了解, 并对产品进行科学改良, 生产出市场需求量比较大的产品。另外, 中小企业还应该树立较高的风险意识, 在选择产品时, 应该选择具有良好市场前景的产品。比如, 不少企业接手了为苹果公司生产零部件这一的产品任务, 也赢得了较大的利润, 但是, 在苹果手机改良之后, 原来的配件已经无法使用, 这就导致相关生产企业遇到了较大的发展危机。若是相关企业能够及早认识到这一点, 就能够改变自身的发展现状。因此, 相关企业应该结合自身的实际发展

情况, 制定出科学合理的产品策略, 对于国际市场的动向要予以实时把握, 及时规避有关风险问题, 树立自身的品牌, 保持长远稳定的发展状态^[2]。

3 国际市场价格策略分析

中小型企业在开展国际市场营销工作时, 应该加强对价格策略的重视, 并且要结合实际国际市场的实际情况, 制定出科学的价格策略。当前, 我国的劳动力成本以及企业自身的生产成本相对较低, 虽然近几年生产成本有一定的上升幅度, 但是就总体来看, 还是占有一定的优势。中小型企业应该对该优势予以充分利用, 而且要尽可能的降低销售价格, 这样也便于在国际市场中占据一定的市场份额, 对于品牌宣传极为有利。另外, 中小型企业利用价格策略进行国际市场营销时, 还应该对其他国家的反倾销营销加以重视, 实现对相关风险的有效规避。基于此, 相关中小型企业在进行国际市场营销工作时, 应该对价格策略与产品倾销之间的关系予以全面把控, 要控制好相应的“度”, 以防影响到自身的长远发展。

4 国际市场渠道策略的分析

我国国内的大多数中小型企业缺乏一定的能力, 导致其无法直接打开国际市场, 也因此, 只能够使用分销这一方式。在开展分销工作时, 中小型企业应该对分销商的信用情况、能力等多个方面进行全面的了解与严格审查, 否则就会对企业的发展造成较大的影响, 使其处在风险之中。基于此, 中小型企业应该对销售渠道加以重视, 并且要做好相应的拓展工作, 尽可能避免出现层层分销的模式。相关企业若有条件, 则可以在国外设立专门的销售部门, 也可以跨国建立子公司等, 这样也能够一定程度上减少企业的营销风险, 以防被分销商层层剥削, 降低企业的经济利益。另外, 相关企业也可以进行电子商务营销, 借助国内的网络信息平台, 或者是利用信息技术构建属于自己的营销平台, 在该平台上展示相应的商品及服务, 这样也能够达到营销的目的。与此同时, 企业也要保障自身产品的质量, 避免出现质量问题, 以免产生负面新闻, 否则就会对企业营销造成较大的影响, 使其自身的发展受到阻碍^[3]。

5 总结

相关中小企业若想在竞争激烈的国际市场中获取更大的发展优势, 就要先提升自身的市场竞争力, 增强产品的质量, 提高服务水平, 同时也要及时更新市场营销理念, 明确自身在经济发展中存在的劣势与优势, 开展相应的市场调研工作, 引进先进的营销技术手段, 以此开展有效的国际市场营销工作。

参考文献:

- [1] 谢伟坤. 中小企业国际市场营销策略研究[J]. 科技经济导刊, 2019 (25): 2.
- [2] 李崇宇. 中小企业拓展国际市场的营销策略思考[J]. 商场现代化, 2019 (16): 2.
- [3] 姚静. 中小企业市场营销策略分析详解[J]. 魅力中国, 2019 (13).