

关于经济新常态下企业市场营销战略转型的思考

孙晓梅

吉林省白城市委党校, 中国·吉林 白城 137000

【摘要】自改革开放以来, 经济发展就一直被放在重要的战略地位。随着我国经济政策的不断优化升级, 经济发展速度的不断提高, 我国经济进入了一个全新的时代——经济新常态。受经济新常态的影响, 企业获得的政策和经济支持都有所收缩。大多数企业在市场营销中也因此暴露出了许多的问题。

【关键词】经济新常态; 市场营销; 战略转型

1 经济新常态的含义特点及形成因素

1.1 经济新常态的内涵

“常态”通俗来讲就是一种正常稳定的状态, 那经济新常态就是指经济增长速度适中、经济结构更加优化的一种经济发展状态。

1.2 经济新常态的特征

1.2.1 从高速增长转为中高速增长

经济的发展运行是有其周期性变化规律的。自改革开放以来, 我国经济经历了多年的高速增长, 再加上消费观念的转变、劳动力数量的减少、环境污染严重增加了环境治理成本, 使得我国经济发展继续保持过去的高速增长模式已经做不到了^[1]。

1.2.2 经济结构不断优化升级

据2010年国家统计局相关数据表示, 2010年我国产业占GDP比重依次是, 第一产业占比10.1%; 第二产业占比46%; 第三产业占比43.1%。然而, 根据2018年相关数据显示我国三大产业结构却发生了重大变化。第一产业4.4%; 第二产业38.9%; 第三产业56.5%。从以上数据可以看出, 我国经济结构逐渐趋于合理。

1.2.3 从要素投资驱动转向创新驱动

目前, 我国致力于协同推进农业现代化、信息化、高新工业化、城镇化来为经济的增长创造多元强劲的动力。

1.3 经济新常态的形成因素

1.3.1 人口因素

在改革开放以来的40年中, 我国经济一直都是处于高速增长的状态。随着计划生育正常的持续实施, 这在无形中使得我国就业人口发生了显著变化。所以如何避免因人口增长率下降给我国经济带来的不利影响成为了我国重要的研究课题。为此, 二胎政策的实施开放应运而生, 以此来提高人口增长率, 从而进一步提高我国的就业人口增长率, 促进经济发展。

1.3.2 资本要素

自改革开放以来, 我国经济建设的步伐就从未停止, 而且有着较高的资本储蓄率。在过去, 我国经济增长主要依靠政府为主导的高投资拉动的方式来保证。但是随着计划生育实施, 就业人口不断下降, 使得廉价劳动力的优势逐步消失。

2 经济新常态下企业市场营销策略中存在的问题

2.1 企业市场营销策略中存在的问题

2008年随着次贷危机日趋严重, 引发了波及全球的金融危机。我国经济也由于金融危机的影响呈现持续走软现象。经济新常态在此基础上应运而生, 但是企业传统的市场营销策略并不能完全适应新常态, 从而暴露出了一系列问题。

2.1.1 墨守成规缺乏创新

我国目前很多企业依旧是沿用传统的营销观念和模式, 不懂如何从自身角度出发去发现和审视自己的问题所在。营销手段缺乏创新, 难以应对经济新常态下新的市场形势, 这样只会导致企业止步不前, 客户不断流失, 获利越来越少, 使得企业难以应付经济新常态给出的种种挑战。

2.1.2 缺乏专业的高素质人才

在我国很多企业都有着相似的问题, 那就是缺乏人才, 特别是缺乏有竞争力的营销人才。如果你现在在网络平台上投一份简历, 不管你是什么专业或者你要找的是什么工作, 销售和保险行业是给你发消息最多的。具备专业的营销知识、手段、心理的高素质人才才是企业长远发展的有力保障。

2.2 经济新常态给企业带来的机遇和挑战

2.2.1 消费者观念的转变

随着经济的不断发展, 人民生活生活消费水平的日益提高, 加上我国电子商务的迅速发展, 无论是国内市场还是国际市场之间的互动日益频繁。经济的发展, 人民生活水平的提高使得消费者的消费观念随之转变。在经济新常态的背景下, 转变营销理念、注重创新、积极研发新产品是企业市场营销战略发展的关键所在^[2]。

2.2.2 信息技术的发展

在数据大时代、信息技术日益成熟的背景下应运而生的电子商务为企业的市场营销拓展了新的渠道。电子商务发展迅猛, 我相信我们每一个人都是有目共睹的。其中最为耀眼突出的应该就是马云创立的阿里巴巴、淘宝, 在短短的十年时间, 阿里巴巴如今已经成为了国内外国际商务及贸易类网站第一。

3 经济新常态下企业市场营销战略转型对策及建议

3.1 注重营销战略创新

在互联网大数据时代下, 信息服务已经成为企业实现产品增值的一项重要内容, 所以网络市场营销已经是当下企业战略转型发展不可扭转的趋势。企业应该专门设立一个以消费者需求为核心的调查研究部门, 来负责搜集、整理和分析消费者的信息以获取消费者近期及未来一段时间内的消费需求。

3.2 注重产品质量

品牌是产品的核心, 是产品各种经济要素整合起来的凝结物, 强大的品牌对于经济整体运营具有带动作用。企业可以结合电子商务平台将品牌个性化、企业文化等展示给更多的消费者。发展新客户对产品的认可, 提升老客户的忠诚度, 从而实现企业的市场营销战略目标。

3.3 加大产品创新研发力度

“科学技术是第一生产力”, 所以不断的提高企业的科研创新能力是必不可少的战略。技术的发展导致大量产品的涌现, 很大程度上拓展了企业的经济发展空间, 也推进了产品的更新周期。

参考文献:

- [1] 张凯, 霍慧智. 探析新经济背景下企业市场营销战略新思维[J]. 农家参谋, 2018 (03).
- [2] 刘芳. 试论企业市场营销战略的创新及其对策[J]. 商场现代化, 2018 (12).

作者简介: 孙晓梅 (1971.7-) 女, 汉族, 吉林白城人, 大学, 研究馆员, 七级职员, 从事图书管理研究。