

新经济形势下企业品牌管理的市场营销策略分析

陈 娇 邓露凡

国电南瑞科技股份有限公司 江苏南京 210000

摘 要: 在经济稳步发展的新形势下,企业应该将市场营销与品牌管理策略结合在一起,制定行之有效的品牌管理策略,使得企业品牌的知名度得到显著提升,进而提升企业在市场竞争中的地位。所以使用有效的市场营销策略,对于企业品牌形象的提升和未来的发展具有十分重要的意义和价值。对此企业应该在新经济形势下对企业品牌管理的市场营销策略进行分析,制定科学合理的有效策略。

关键词: 新经济形势下;品牌管理;市场影响

企业应该认识到市场营销的重要性,对新经济形势下市场营销策略进行分析,制定出迎合市场发展和企业实际情况的市场营销策略,这样才能够有效推动我国企业的进一步发展。

一、品牌管理的概念

品牌是企业产品带给消费者的一种综合印象和体验,是体现企业自身价值的一种表现。尽管市场上有很多同类型同质量甚至是完美复刻的产品,但是企业积累多年的品牌形象带给消费者的印象和感受是无法复刻的,很多时候品牌的形象带给消费者更多的感受,如同一位相识多年的老朋友,这种信任感无法代替。所以从中可以看出,第一点,品牌能够反映出消费者的需求,是将消费者所有的需求集合在一起创造出的商品。而人们的需求会随着时代的变革而不断地发生变化,这个时候企业的品牌也会随之发生动态调整,不断适应新经济形势下人们对产品的需求。第二点,企业产品的生产者无法确定市场上人们对产品的价值定义,这个工作需要企业的品牌管理人员进行市场调研,根据市场情况分析研究而来,并且品牌的价值也会随着人们的需求而发生变化,同样需要企业的品牌管理人员不断进行革新而来^[1]。关于企业品牌的定位主要体现在用途、质量以及情感三方面。用途,从消费者的角度出发解读很容易理解,即为购买产品的目的,想要满足什么样的需求。产品的用途是产品研发的基础,也是产品销售的前提,更是企业发展的奠基。质量,是企业品牌管理中十分重要的内容。洞悉人们的需求,制造出符合人们需求的产品,对于任何一个企业而言都是较为简单的环节。真正能够让企业的品牌形象植入人们心中的环节必

然是产品的质量。产品的质量是树立企业品牌过程中具有十分重要价值和意义的环节,所以企业必然需要在这方面多下功夫。情感,消费者在购买物品的时候所想要获得的东西除了用途和质量之外,产品本身能够给予消费者的情感价值也十分重要,消费者不仅仅是想要获得一件满足需求的商品,也想要获得情感或者精神方面的感受,所以企业产品很多时候也需要考虑到消费者这方面的需求。品牌所代表的是企业的形象,日常中人们谈论一件产品不可避免地会提到制造它的品牌,可见品牌的重要性。品牌是消费者对于产品的第一印象,绝不可忽视。但是现如今却有很多的企业十分注重自身的企业形象和企业宣传,但是却忽略了品牌管理。企业的品牌管理一定要做到位,一定要能够让消费者提到企业品牌的时候,带给消费者美的感受,而不是让消费者感到厌倦。只有注重企业的品牌管理,才能够让企业走得更加长远。

二、新经济形势下企业品牌管理市场营销的重要性

企业品牌管理的市场影响其实从本质上来说即为满足消费者的需求,实现企业长久持续发展的目标。并且品牌市场营销也影响着企业未来目标市场、整体营销战略以及营销目标的实现,对企业未来发展而言十分重要。在新经济形势下企业品牌管理的市场营销重要性的体现主要包括以下几个方面:第一点,品牌管理营销已经成为现如今市场营销中十分重要的方面,必须要得到企业的重视。针对市场发展的实际状况,采取针对性的市场营销策略,优化完善企业的市场营销体系。加强品牌营销的力度,为企业未来的品牌发展打开良好的发展局面,使得企业未来营销工作能够进行得更加顺利;第二点,企业需要依据市场动态,深入化发展品牌

营销策略,使得企业能够更好地融合到市场循环中。需要以国内的市场循环为主体,国际市场循环为辅,二者相互促进共同发展,这样才能够共同构成企业未来取得良好发展态势的保证^[2]。依据企业实际的发展状况,促进企业国际品牌营销的进度,加强对企业国际品牌的宣传推广,为企业进一步发展打开良好的开端。此外,企业需要注意打造有特色化的企业品牌,增强企业品牌营销工作,促进企业横纵向的发展,这样才能够让企业在未来的市场竞争中脱颖而出;第三点,企业品牌的营销策略需要进行实时动态调整,跟随市场动态的发展变化灵活调整方案策略。深入地实施企业品牌营销,这样才能够让企业品牌持久不衰。企业在实施具体营销战略的过程中,除了需要注重有形服务之外,也需要关注到无形服务,制定完善的品牌发展战略,这样才能够有效促进企业未来可持续性地长远发展。并且这样的措施使得企业更具创新性,在未来的市场竞争中能够更具优势,对于提升企业综合性竞争力有很大的作用。

三、新经济形势下企业品牌管理市场营销的完善优化策略

1. 创新市场营销理念

企业品牌营销策略想要达到更好的效果,必然需要积极创新市场营销理念,及时更新市场营销方案。首先,品牌营销的根本目的是促进消费,营销产品,所以必然需要以消费者的需求为主体,对产品的消费人群进行市场定位。与此同时,在复杂多变的市场环境中,必然需要缩短调研周期,加快制定营销策略,及时跟上市场形势的发展变化。品牌营销需要及时跟上消费者的需求爱好,需要抓住消费者的心理状况,精准制定营销策略,这样才能够收获理想的效果。其次,需要将品牌营销放在企业发展的重要位置,将品牌管理与市场营销完美结合在一起,制定行之有效的品牌营销方案,促进企业的长久运行和发展。在这个过程中企业需要注意打造个性化的品牌,提升企业品牌的辨识度,使得企业能够在市场竞争力中增添一抹亮色。最后,企业需要对消费群体进行细致划分,将市场上流行的品类产品做到质量和情感上都能够很好地满足消费者的需求。同时也需要详细分析市场上较为薄弱的环节,看准市场风向,及时研发新品类的产品,开拓挖掘新的市场,填补市场的空白部分。例如,很多人都非常熟悉的服装品牌“韩都衣舍”,这是主打快时尚的女装品牌,这个企业的营销团队非常重要品牌营销,将这个品牌的

形象定位得非常准确,既能够很好地满足大众的需求,又能够带给消费者非常深刻的印象。韩都衣舍有着非常优秀的品牌管理团队,对女装市场一直保持着非常敏锐的直觉,将消费者的心理和需求分析得非常透彻,并且将这些内容很好地融入到了品牌设计中^[3]。另外此品牌除了产品的品牌研发和管理团队非常优秀之外,营销团队也有着十分敏感的市场觉察度。对于服装市场的变化,能够做到实时掌握及时更新创新,充分把握服装市场的时尚动态,及时预判市场和把握消费者的消费心理,动态调整营销策略,总是能够以最快的速度将最新款多元化的服装展示在消费者面前。

2. 创新品牌管理市场营销模式

新经济形势下各个企业都非常注重品牌管理,所以想要提升自身在市场竞争中的地位,必然需要创新品牌营销模式,这样才能够激烈的市场竞争中独占鳌头。现如今随着计算机网络技术的不断发展,消费者的购物方式发生了很大的变化,市场环境也随之发生变化。人们的消费观念和行为随着网络技术的发展产生了很大的变动,现在越来越多的人开始不愿意花费时间和精力到实体店中购买商品,而是希望能够简单通过动动手指,满意的商品就能够直接到家。正是这样的消费需求和消费心理,使得越来越多新颖的消费方式开始进入到消费渠道中,如淘宝、京东、拼多多等网络电商的崛起,再到现如今的网络直播带货,快递外卖直接送上门,致使消费市场开始发生翻天覆地的变化。在这种形势下,企业的产品营销模式必然需要做出改变,使用网络营销方式,能够快速高效的帮助企业营销产品,并且这样的方式能够很好的节约企业成本,省去了大量的人力物力资源消耗,使得企业的经济效益得到显著增强^[4]。此外,在如今直播平台带货的营销渠道大火的背景下,企业的营销方式又一次发生变革。对此有着敏锐嗅觉的企业应该顺应市场的发展,抢占市场的制高点,将传统产品营销与电子商务营销方式结合起来,将所有资源整合起来,仔细研究分析,探索出行之有效的新颖营销方案^[5]。另外除了开拓新颖的营销渠道之外,企业还需要创新广告宣传。企业品牌营销中非常重要的环节也包括广告语的宣传推广,新颖有特色的广告宣传语能够给消费者留下更加深刻的印象,起到有效宣传品牌的作用。例如格力空调的广告语“好空调,格力造”,言简意赅却能够带给消费者深刻的印象^[6]。一方面能够让消费者记住品牌的名字,另一方面宣传了品牌的优势,一举两得。这样的广告宣

传语与市面上一些冗长且没有重点的宣传标语要更有优势。还例如农夫山泉的广告语“我们不生产水，我们是大自然的搬运工”，两句简短的广告语却直接道出农夫山泉与其他品牌相比绝对的优势，并且深刻地体现了其品牌文化精神，还起到了宣传自然热爱自然的作用。所以企业品牌的广告宣传语设计也十分重要，对于提升企业的形象十分重要。企业的品牌管理团队也需要注重通过这样的方式，促进品牌的发展。

四、结束语

综上所述，企业品牌管理市场营销成功的依据即为能够获得市场上的充分认可，这也是企业实现市场营销价值最大化的起点，在新经济形势下需要企业针对目标主体、渠道以及价格等方面进行营销，提出科学合理的市场营销策略。品牌管理营销是一项长远的发展历程，企业需要有足够的耐心坚持下去，遵循市场发展的规律，建立与其相适应的品牌

管理体系，打造有价值的企业形象，这样才能够让企业在激烈的市场竞争中占据一席之地。

参考文献

- [1] 李曜轩. 新经济形势下企业品牌管理的市场营销策略分析[J]. 商场现代化, 2023, (16): 62-64.
- [2] 张艺. 新经济形势下企业品牌管理的市场营销策略分析[J]. 老字号品牌营销, 2023, (15): 9-11.
- [3] 张显, 赵琳. 新经济形势下企业品牌管理的市场营销策略分析[J]. 老字号品牌营销, 2022, (19): 19-21.
- [4] 车嘉懿. 企业品牌管理在新经济形势下的市场营销策略[J]. 今日财富(中国知识产权), 2022, (09): 55-57.
- [5] 常可. 新经济形势下企业品牌管理的市场营销策略探析[J]. 今日财富, 2021, (14): 57-58.
- [6] 刘博. 新经济形势下企业品牌管理市场营销策略探讨[J]. 现代营销(学苑版), 2021, (07): 60-61.