

# 网络经济时代市场营销管理探讨

吕梦凝

武汉城市学院, 中国·湖北 武汉 430000

**【摘要】**从全面概括的观点来看, 互联网的产生有利也有弊。网络经济时代的出现, 对当今许多行业都产生了极大的影响。对于目前很多行业的发展来说是利也是弊, 主要看相关企业能不能抓住机遇。掌握好是机遇, 掌握不好就是挑战。本文将针对目前网络经济时代下市场营销管理的相关机遇和挑战展开简要分析。

**【关键词】**网络经济时代; 市场营销管理; 探讨分析

创新和发展一直都是广泛关注的重点, 同样也是社会发展的主题。对于当前盛行发展的网络经济来说, 给市场营销管理带来了一定的机遇和挑战。如果能够顺着兴起方向去发展, 那么会给企业带来较好的发展结果, 但是如果逆流而上, 没有找到合适的方法, 那么最终所带来的挑战会严重阻碍相关行业的发展和进步。

## 1 相关概论分析

在目前网络经济时代下发展的市场营销管理如果能够抓住机遇, 往往能够乘风远航。要真正实现网络经济时代市场营销管理的高效率、真正实现网络经济时代市场营销管理的高效率, 首先要明确市场营销的概念。对于市场营销来说, 最重要的是销售产品的品牌和理念。市场上很多产品其实在价格和性能方面, 都存在着很大的相似之处, 但是真正要让自己产品脱颖而出, 要依靠企业的经营理念 and 优秀的企业文化。

在当前网络经济发展的时代下, 要采用全新的营销方式, 给企业带来更大的竞争能力和发展机会。利用网络经济的方式进行营销, 是企业营销过程中必不可少的一部分, 许多企业已经利用电子商务形式的发展, 取得了较好的效果。在市场经济的时代发展下要求销售人员不仅要用进行传统营销的能力, 也要有利用网络经济数据来进行营销的方法。

## 2 网络经济时代对市场营销的影响分析

### 2.1 营销范围扩大

针对网络经济的发展对市场营销的影响, 首先第1项是扩大了市场营销的范围。在使用网络经济来进行市场营销之前, 物流成为阻碍影响范围的重要因素。因为当时大多采取线下营销的方式, 如果想节约成本就只能在周围地区进行销售, 如果要扩大范围销售, 就需要进行物流运输, 所以前期企业需要在物流运输方面投入部分资金。但是进入网络经济发展时代之后, 而且可以依靠网络来扩大营销范围, 只要联通网络就可以将产品销售到全国甚至世界各地。而且营销时间也得到了很大的改善, 以前只能依靠人类的作息时间来营销, 现在可以全天不间断的营销。尤其是对于一些农产品的销售来说, 农民可以不只是局限于周围的销售。可以通过电子商务的方式让农产品走出本地, 不仅提高了农民的效益, 也为当地的农产品打开了销售之路。农产品的销售一直是让农民最头疼的问题, 哪怕产量很好, 但是找不到出路, 卖不到一个好的价格, 对农民来说依旧是一种损失。

### 2.2 营销方式变化

除了时间和空间的限制被打破之外, 在营销方式方面也发生了很大的变化。以前从产品的设计生产到最后的销售, 都需要完全依靠人力来进行, 不仅要消费大量的时间, 在人力物力方面也有极大的需求。但是网络经济时代到来之后, 在营销和发展方面方式更加多元化。除了方式多元化之外, 传播的速度和范围也得到了很大的提升。通过一定的设计和安排, 能够让消费者更加明确地了解产品的性能。所以节省很大的人力和物力, 将产品理念和营销理念更好地结合在一起, 从表面上增加产品的价值和性能。除此之外, 通过网络营销的方式, 可以使产品让更多的人知

道。因为很多消费者从网络上看到产品的具体信息之后, 可能会将其分享给其他的朋友, 这样就扩大了产品的认知范围, 给产品带来了极好的宣传效果。

## 3 网络经济对时代市场营销的挑战分析

任何一个新事物的产生, 所带来的绝不只是机遇, 在带来机遇的同时也带来了一定的挑战, 如何权衡机遇与挑战, 就要看企业如何进行发展和处理。

### 3.1 不正常营销行为多样化

按理来说, 网络经济时代所带来的是多样化的营销方式和营销行为。但是照目前发展的情况来看, 许多不法分子在网络时代发展条件下不断利用各种途径来获得用户和消费者的信息。然后通过打电话或发短信方式来进行非法的营销活动, 从而达到销售产品的目的。对于这种行为最常见的是我们每天接到的来自各地的销售电话, 除了每天的电话打扰让人反感之外, 个人信息的泄露更让人觉得可怕。这些企业为了提高销售量, 不惜每天数以万计的打电话来销售。这种行为给消费者带来了极大的困扰, 严重地扰乱了有序的营销环境和营销市场。对于这种行为必须坚决抵制, 营销要采取科学合理正规的方法。

### 3.2 各类侵权行为

在网络经济时代发展下, 最常见的就是商业混同和侵权商标等行为。这一点我们在网络购物时经常会发现, 某些品牌一件衣服卖到几百块。但是网络营销平台有很多看起来 logo 一样, 但是只卖到几十块。这些几十块的产品自然不是正品, 只是模仿品牌的商标, 然后自己生产。除此之外, 像我们熟知的“六个核桃”, 后来又出现了“六大核桃”, 对于这两个品牌来说, 如果不仔细看很容易弄混。所以目前市场营销的环境是鱼龙混杂的, 要真正保证企业营销的顺利发展需要不断提升营销手段和方式。这种恶意模仿和仿造产品的行为, 极大的混乱了市场发展的秩序。许多企业对于模仿和抄袭的行为已经不以为意, 这种非法的方式给部分企业带来了暴利。这企业感受到赚钱之后, 不但不进行悔改, 反而变本加厉等进行再次仿制假冒产品。这种行为不仅给正品厂家的发展带来了一定的阻碍, 对于整体市场营销的秩序也造成了很大的影响。

## 4 结语

网络经济时代带来了许多的发展机遇, 面对机遇和挑战相关发展企业要注意权衡利弊。抓住机遇迎接挑战, 不断增强企业发展的实力, 在挑战中迎难而上。抓住发展中的各种机遇, 把挑战转换成机遇, 推动企业向前发展。

### 参考文献:

- [1] 张允鸣. 探讨网络经济时代市场营销管理的机遇与挑战[J]. 内蒙古煤炭经济, 2020, No. 302 (09): 93+95.
- [2] 任晶洁. 网络经济时代市场营销管理的机遇与挑战探讨[J]. 商场现代化, 2019, 000 (003): 62-63.

**作者简介:** 吕梦凝 (1993.04-), 女, 满族, 辽宁, 硕士研究生, 研究方向: 营销管理。