

企业管理营销模式的创新方式分析

田睿

陕西财经职业技术学院商学院, 中国·陕西 咸阳 712000

【摘要】营销理念是生成有效营销行为的基础,在一定程度上会受到管理人员的既定思维和专业能力的影响和制约。关于管理营销模式的创新,管理人员需在思维层面进行革新与改变。根据当前市场的营销环境和客户需求,将互联网技术科学的应用到企业管理营销中。实现跨平台和多渠道的营销和推广,并以情感要素为驱动设计营销方案,进而实现精准和有效的营销。

【关键词】企业管理; 营销模式; 创新

企业管理营销模式创新效能,关乎组织凝聚力和创新力的提升,更决定了产业转型和升级的质量。若不能实现精准和高质量的营销,将无法提高企业产品销售的业绩。而经济效益的健康发展,是企业持续保持市场竞争优势的前提和基础。营销管理是提高企业经济效益的重要手段,需根据大环境消费者的消费习惯和需求,在营销理念和营销模式上进行创新和优化。

1 企业管理营销模式创新的关键点

1.1 形成与大众消费预期匹配的营销理念

营销的目的在于加大产品和服务的影响力,带动更多人积极和主动的了解品牌文化,进而能够产生持续的消费行为。而企业对管理营销模式进行创新的过程中,需从心理学视域出发,对营销理念的创新进行思考。最终生成的营销方案若能与众消费预期产生高度的匹配性,才能够达到预期的营销效果和目的。因此,对企业管理营销模式进行创新的关键点,需立足于形成与大众消费预期匹配的营销理念,由此才能导向有效的营销行为。

1.2 制定可刺激消费行为的现代网络营销模式

网络营销模式的实效性,决定了产品销售的数量和品牌文化的影响力。新媒体时代下,企业应利用精准的现代网络营销方式激发消费者的消费动机,刺激他们产生实际的消费行为,这样才能真正体现营销管理的价值和作用。而企业在营销管理工作上进行改革和创新的过程中,必须以消费者的需求为导向,制定更具有感染力和渲染力的营销模式和方案。

2 企业管理营销模式的创新方式

2.1 以“互联网+营销”的形式进行产品推广

企业作为市场经济发展的重要构成要素,在对内部控制机制和营销管理模式进行创新的过程中,必须科学的引进当前最先进的理念和经验。纵观当前我国社会经济和科技的发展趋势,互联网技术被广泛和深度的应用到各行各业。因此,企业应以“互联网+营销”的形式对产品进行推广和宣传。利用现代网络营销模式对产品信息和品牌文化大面积的传播和深度的渗透,使用户对产品和服务建立更加深刻的认识。而所制定的营销方案和广告文案,应能够与大众的消费预期进行精准的匹配。营销广告内容真正触达消费者内心,才能够催发具体的消费动机和消费行为,为企业带来较大的经济效益。基于互联网平台,企业可利用网络直播的形式推广和宣传产品。进驻具有流量和口碑的直播间,为企业产品的销售和推广进行赋能,进而达到事半功倍的营销效果。

2.2 实现跨平台和多渠道的开展营销工作

企业管理营销模式的创新应体现时代性和现代感,无论是在创意理念上,还是在实际的营销行动上,都必须迎合大众的审美情趣和购物需求。企业管理人员需积极搭建信息化营销管理平台,依托立体和多维的互联网平台,更加全面和高效的采集大众需求和消费习惯等相关信息。利用微博、微信、快手、小红书等新媒体平台,实现跨平台和多渠道的开展营销工作。企业应对

产品和服务进行精准的市场定位,设计和拍摄具有视觉感染力和冲击力的广告片,并将其发放到各个新媒体平台上。同时,在网络平台汇集更多流量后,应对线下店铺进行大规模的引流。打通线上营销和线下销售的渠道壁垒,采用线上和线下混合式的模式对产品进行宣传和推广,为广大客户提供高质量和高水准的服务。以此形成良性循环,不断的生成更具有市场竞争力的营销模式和理念。营销人员需明确,优质的产品和服务是制定营销计划的前提和基础。因此,对企业管理营销模式进行创新与优化的过程中,必须持续的丰富产品类别,给予用户更多的消费选择。企业应有底气将优质的服务作为营销亮点,真正利用营销广告和文案提升企业的销售业绩,通过为用户提供符合预期的消费体验,不断增强品牌与用户的黏合度。

2.3 以情感要素为驱动设计服务营销方案

现代管理情境下,企业是在管理营销模式上进行丰富和创新。应注重以客户的需求为导向,设计具有针对性的营销方案。管理人员应善于以情感要素为驱动,设计可刺激消费行为的服务营销方案。所谓的服务营销,更强调通过精准的用户画像确立营销亮点。根据企业产品设计特征,以及预设的营销目标,制定特色的客户服务计划,并由此生产更易于构建和谐消费关系的服务营销方案。营销人员需引进最新的现代在网络营销理念,基于大数据技术获取客户的产品需求和个性化服务需求。通过制定可充分激发客户消费动机和积极性的营销项目,助力企业综合管理水平获得全面提升。只有满足消费者的需求,才能体现产品和服务营销的作用和价值。因此,营销人员必须对客户的深层次的情感需求进行全面了解,以此为立足点,对服务营销内容和创意思想进行优化与完善。始终坚持高质量服务的原则,对企业管理营销模式进行创新,以此达到预期的营销业绩和水平。

3 结语

总之,互联网时代下,企业需发挥新媒体平台的优势和价值,利用技术要素驱动营销管理的改革和创新。利用好当前流行的互联网直播营销模式,在线上 and 线下进行跨平台的进行产品推广和宣传,进而实现预期的营销效果和目标。

参考文献:

- [1] 赵冬,吴斯怡,张轶.“互联网+”背景下企业管理创新策略研究[J]. 商展经济, 2020(14): 111-113.
- [2] 段晓允,祝海南. 市场营销视角下企业经济管理模式的创新研究[J]. 营销界, 2020(47): 53-54.
- [3] 文圣瑜. 新媒体背景下企业市场营销模式创新路径探索[J]. 科技经济市场, 2020(11): 157-158.

作者简介:

田睿(1983.10-)女,汉族,河南长垣人,陕西财经技术学院,硕士 副教授,从事市场营销、客户关系管理等教学研究。