

数字营销在中小企业中的应用现状研究

阿 敏

西宁城市职业技术学院, 中国·青海 西宁 810000

【摘要】在社会的发展过程中,中小企业不仅能够对社会经济的活力进行增加,也为人们提供更多的就业机会。在中小企业的发展过程中,市场营销不仅仅能够盘活企业资本,也使企业的竞争力得到大幅提升,中小企业必须极其重视市场营销的开展。虽然随着大数据时代的到来,以及数字营销模式的发展,为中小企业的市场营销提供一些机遇,但是中小企业也会面临一定的挑战。基于此,本文主要根据数字营销在中小企业中的应用现状,提出数字营销在中小企业中的应用,希望可以为中小企业的发展提供一些帮助。

【关键词】发展; 竞争力; 中小企业; 数字营销; 应用现状

现阶段,随着我国不断加快的全球化经济一体化,以及越来越成熟的网络技术,促使网络技术与数字技术的发展越来越迅速,是数字营销逐渐成为市场营销中比较常用的一种营销理念。虽然数字营销在中小企业的市场营销中具有成本低廉、反应迅速等优势,但是大部分中小企业在应用数字营销时,会被各种因素所影响,导致数字营销的应用效果不够理想。因此,中小企业在应用数字营销时,需要根据中小企业的实际情况,采取合适的方法科学合理的应用数字营销,才能够确保充分发挥数字营销的作用,进而大力推动中小企业的发展。

1 中小企业中数字营销的应用现状

现阶段,随着大数据的发展,使大数据逐渐成为许多公司的主要竞争内容,促使整个行业的结构都发生一定的改变,虽然一些大企业仍然处于领先的地位,例如谷歌、亚马逊等,但是一些比较聪明灵活的中小企业也可以对非固有资产规模所产生的好处进行享受。因为大数据的服务基础就创新思维,使中小企业并不需要投入大量的原始资本,所以在大数据时代,中小企业应用数字营销模式会具有一定的竞争优势^[1]。然而,我国大部分中小企业都没有对专门的数字营销部门进行设立,导致中小企业内部的网络管理系统没有清晰的层级,会大幅降低营销效率,进而影响数字营销在中小企业的应用。

2 在中小企业中应用数字营销的策略

2.1 对完善的数字营销体系进行建立

近几年,随着不断快速发展的经济,中小企业只有积极的突破自己,并放弃一些短期的利益,才能够确保在激烈的市场竞争中占据一定的地位,并获得稳定的可持续性发展。中小企业领导者首先需要对自己的意识进行改变,不仅需要对自己的数字营销的专业知识与技术进行学习,也需要对成功企业的经验进行借鉴,并向企业内部的营销人员灌输数字营销理念,促使数字营销可以更好的落实在中小企业内部^[2]。其次,中小企业需要将金字塔式的管理模式转变为扁平化的管理模式,确保在企业的整体营销规划中融入数字营销,而且为确保解决数字营销过程中所存在的问题,企业可以对专门的数字营销部门进行设立,能够更加利于数字营销的应用,进而达到数字营销预期效果。

2.2 对财政税收优惠政策进行完善

随着我国社会经济的发展,首先需要增加财政预算中对中小企业的扶持比例,以及对中小企业的财政补贴与转移支付力度进行增加,为中小企业提供公平的机会,促使中小企业同样可以获得盈利机会。为确保财政资金在中小企业中得到合理、高效的利

用,必须对相应的资源使用与审核制度进行制定,能够有效避免中小企业发生个人私吞财政资金,或者浪费财政资金的情况^[3]。其次,为确保减轻中小企业的税负,除了需要在税收方面对政策的导向性进行增加,也需要增加企业增值税与所得税方面的优惠,促使中小企业的税收优惠范围越来越大,有助于中小企业对这一优惠政策进行享受,从而奠定中小企业应用数字营销的基础。

2.3 对数字营销专业人员进行培养

当前中小企业在应用数字营销时存在的主要困难就是,无法对高素质的营销人才进行吸引,导致数字营销的应用效果不够理想,根据这种情况中小企业,可以利用校企合作,或者自己培养等方式,对高质量的数字营销人才进行培养。中小企业通过与高等院校进行合作,促使中小企业可以获得订单式的人才,进而顺利的应用数字营销。其次,中小企业还需要重视对现有人员的培训,建设高质量的营销人才队伍,运用新的技术与方式开展数字营销,为中小企业获得更多的效益,进而实现中小企业稳定的可持续性发展。

3 结束语

总而言之,随着数字营销模式的发展与推广,使中小企业在面临新的机遇同时,也需要面临一定的挑战。虽然将数字营销应用到中小企业中,可以全面提升中小企业的营销质量与效率,但是大部分中小企业的数字营销应用效果不够理想。因此,中小企业在对数字营销进行应用时,不仅需要对自己的数字营销体系进行建立,也需要对财政税收优惠政策进行完善,还需要对数字营销专业人员进行培养,才能够确保充分数字营销的作用。

参考文献:

- [1] 冀菲. 网络营销在中小企业的应用研究[J]. 山西农经, 2020, No. 284 (20): 149-150.
- [2] 韩慧如. 网络营销及其在中小企业中的应用[J]. 商情, 2018, 000 (003): 112.
- [3] 车诚, 卓妮. 中小企业应用社交网络营销影响因素研究[J]. 现代商业, 2019, 519 (02): 52-53.

作者简介:

阿敏 (1991.10-), 女, 青海省西宁市, 本科, 汉, 助理讲师, 研究方向: 市场营销。