

探析企业市场营销管理策略创新化

裴妍 陈英

江西科技学院 江西 南昌 330098

【摘要】在我国现代化社会迅速发展的当下时期，很多企业都开始以加快市场营销为主获得更好的发展。近年来，行业之间的竞争愈发激烈，很多同行业的企业之间也存在较大的竞争，导致部分企业在生产经营当中面临淘汰。为此，大多数企业都开始以创新化市场营销管理策略作为基础，为企业的发展获得更大的契机。文章主要通过分析企业市场营销管理存在的问题，提出创新化策略，旨在加快企业的发展步伐，使其更加适应现代化社会的发展需求。

【关键词】企业管理；市场营销；创新化

不同企业在生产经营的过程中需要以差异性经营管理方式突出自身的特点，获得民众的支持，从而产生较高的效益。在新时期发展的过程中，很多企业的旧有市场营销管理方式已经不符合当前时期的市场需求，因此需要在这个方面较大创新力度，以消费者的实际需求为主，做好产品定位工作，促使企业市场营销管理策略创新化能够达到企业的发展目标。

1 企业市场营销概述

市场营销对于企业的发展来说有重要的作用，其不仅关系到企业综合经济效益的产生，还会在一定程度上影响企业的运行效率。当前，我国处于市场发挥配置资源的决定性作用的时期，因此很多企业都会通过优化市场营销形式获得更大的竞争力，凸显企业的优势。目前，不同行业的企业在发展当中都会制定差异性营销策略，尤其是很多商会借助网络平台宣传造势，为企业的线上发展提供根本保障。在当前市场环境发生较大变化的情况下，企业需要致力于利用市场营销改善自身的发展条件。需要注意的是，在开展市场营销管理工作时，还是需要度传统营销当中存在的问题进行分析，根据目前的市场环境及社会形势更新营销模式，才能够让企业处于有利地位。但是在当下的市场环境当中，很多秋叶市场营销都受到了较大的打击，尤其是在激烈的市场竞争当中，企业难以注入新鲜的活力，促使企业市场营销难以发挥实际价值。所以，企业还是需要明确市场营销的各项要求，掌握市场发展形势及相关信息，才能够从根本上促进企业的发展。

2 企业市场营销管理存在的问题

2.1 市场营销方式落后

目前，我国现代化企业在发展当中大多会以经济效益的产生为主，特别是很多生产型企业会以产品生产的多样性为主，满足不同人群的需求。对于企业的生产发展来说，最重要的就是需要确保其长远发展，在开展市场营销工作时，部分企业着眼于当前，存在目光短浅的问题，仍旧采用传统的市场营销模式，希望能够在短时间内产生较高的效益。追求效益对于企业的发展来说无可厚非，但是过于注重经济效益会给企业的发展带来较大的负面影响。部分企业当前的市场营销方式落

后，没有掌握市场的最新资讯。甚至部分企业存在忽视市场营销管理的问题，导致企业的发展受到了较大的阻碍，难以突破传统市场营销管理的束缚。在传统的市场营销方式当中，管理人员难以全面分析市场经济状况，在工作当中无法获得突破，从而阻碍了企业的长远发展。

2.2 企业缺乏创新意识

市场营销管理创新化的基础要求就是需要具备创新意识，但是目前很多企业都达不到这个要求，导致企业综合经营状况急转直下。在市场经济迅速发展的当下时期，相同类型的企业之间存在的竞争愈发激烈，很多企业都能够在短时间内杀出重围，占领较大的市场份额。但是实际上，创新意识的缺乏会让企业市场营销管理工作的开展难以产生实质性效用，尽管管理人员会在市场营销管理方面付出较大的心力，但是还是难以达到工作目标。对于现代化企业的发展来说，创新意识的体现是关系到企业生死存亡的重要部分，在市场营销管理当中缺乏创新意识会导致企业迅速失去市场，消费者对于企业产品的认知程度也会逐渐下降，促使企业难以适应市场的变化，从而降低经济效益。

2.3 人员综合素质不高

工作人员的素质会在较大程度上影响企业市场营销管理效果，并且在开展创新的过程中也会影响创新效用。目前，很多企业的市场营销管理人才缺乏灵敏的市场嗅觉，其对于市场发展形势不了解，在提出市场营销管理策略时难以到达基础要求。企业在发展当中的竞争很大程度上可以体现为人才的竞争，如果企业对于优秀人才的培养没有引起重视，那么就会给企业综合管理工作的开展带来一定的负面影响。部分企业的市场营销管理人员对于我国当前的企业发展形势认识程度不足，在针对产品特点进行市场营销管理时，并不能体现产品的优势，难以满足消费者的实际需求。在一般的企业当中，市场营销人员的工作水平参差不齐，在综合素质方面的体现经常达不到行业要求。在市场经济发展速度不断加快的当下时期，很多企业并没有针对市场营销管理工作的开展对工作人员提出更高的要求，导致企业在发展当中受到影响难以保持可持续发展状态。

2.4 忽略现代网络营销体系构建

现代网络营销体系的构建在当代社会发展当中尤

为常见,可以提高企业线上发展效用,拓展企业的发展渠道。在当代互联网技术水平逐渐提升的过程中,很多企业都开始发展线上业务,并且初见成效。但是这只是少部分企业在开展的业务形式,实际上,还是有很多企业忽略了现代网络营销体系的构建,没有开展线上业务,导致企业营销缺乏创新。在计算机技术逐渐普及的过程中,互联网逐渐颠覆了人们的传统想象,并且很多企业与客户之间的关系也发生了变化。当前,很多企业都过于注重生产管理工作开展,甚至会利用信息技术形式优化企业生产方法,但是在营销过程中并没有借助信息化技术实现线上业务发展,从而丧失了潜在客户,不利于销售渠道的创新。

3 企业市场营销管理策略创新化分析

3.1 创新市场营销理念

在激烈的市场竞争当中,企业想要获得良好的发展契机,就需要创新市场营销理念,满足市场营销管理策略创新化基础要求。在创新市场营销理念的过程中,企业需要确保最大化利益的产生是基于合法的营销管理手段之上的,相关管理人员要承担相应的社会责任,促使企业市场营销管理工作的开展符合当代市场发展的要求。在当代生产发展的过程中,很多行业都开始以经济与环境保护协调发展作为主题,体现企业发展的创新性。所以,在创新市场营销理念时,企业可以加大对绿色环保理念的宣传力度,设计环保性产品包装,促使人们在得到物质满足的同时能够产生精神满足。在优化市场营销管理工作时,企业还可以设计具有企业特色的标识,加强企业发展个性化,从而形成独具一格的市场营销管理模式。

3.2 推动企业营销主体创新

企业营销管理工作的开展需要以营销主体作为基础,这是企业开展各项市场营销及其他活动的基础,也是关键所在。在加强市场营销管理效用时,还是需要积极推动企业营销主体创新,让营销人员及相关的管理人员都能够注重企业营销主体创新。在企业资金充足并且已经具备一定的市场的条件下,企业可以提升自身的规模,并且尽量利用集中化市场营销模式拓展企业资源,促使企业整体营销成本得以减少。在企业扩大了规模之后,还是需要以规模经济效益的发展为主,才能够从实际上提高企业产品销量。另外,在企业营销主体时,企业还需要遵从市场发展的基本需求和原则,在满足各项要求的同时还需要注重企业营销成本的控制,避免产生不必要的经济损失。

3.3 完善市场营销组织机构

企业在生产发展当中会受到较多因素的影响,其中市场营销管理就会在较大程度上给企业的综合发展产生一定的影响,所以,管理人员要重视这项工作的开展,以完善的市场营销组织机构为主,提高综合管理实效性。在完善市场营销组织机构时,企业需要以现有的营销管理形式作为基础,创新管理策略,从而获得高效的发展。企业需要明确营销管理的要点,在开展创新工作时,以创新型营销思想的体现作为核心,让管理人员做好市场勘查工作,掌握市场发展情况,从而明确企业定位,加

强市场营销组织机构在管理创新当中的实效性,为企业的发展获得良性竞争。

3.4 创新市场营销手段

市场营销手段的创新可以从根本上提高企业市场营销管理创新效用,减少企业在发展当中产生的问题。在创新企业市场营销管理工作时,需要以手段创新作为要点,体现出企业发展的特点,让消费者看到企业产品的优势,从而获得更高的青睐。在创新市场营销手段的过程中,企业可以利用互联网作为助推,发展线上销售业务,借助 APP 提高线上销售业绩。线上销售是我国目前发展较好的一项业务形式,人们在日常生活当中经常会通过线上消费的形式获得便捷,同时满足购物需求。所以,企业就可以加强线上营销,其还能够利用短视频的方式开展宣传,提高受众对于企业产品的兴趣程度。短视频的传播速度较快,并且能够进行推广,给企业带来更大的流量,有利于扩大企业的营销市场。在开展市场宣传时,企业还可以借助微博、微信公众号等平台加强互联网营销效果,将线下营销方式与线上营销相结合,体现企业市场营销的创新性,扩大消费者市场,提高企业市场营销管理实效性。

3.5 加强管理人才储备

市场营销管理的主体是人,企业在创新营销管理模式时,就需要以管理人才储备的强化为主,让其能够在工作当中体现自身的职能,加快企业的综合发展。企业需要加大对市场营销管理人才培养的重视程度,优化营销管理队伍,解决人才短缺问题。在提高市场营销管理人才的工作能力时,企业可以组织专业培训,让其在工作的同时加强实践,结合新的理论知识拓展市场营销管理效用。为了提高工作人员的积极性,企业可以将员工的劳动报酬与业绩挂钩,发挥其主观能动性,提高工作人员的热情,给予较大的激励,为企业市场营销管理创新化体现提供基础保障。

4 结束语

企业市场营销管理创新化要求工作人员创新工作理念,借助当代互联网科学技术优化市场营销管理手段,提高企业竞争力,为企业的可持续发展提供推动力。

【参考文献】

- [1] 刘向辉.企业市场营销管理策略创新化研究[J].经济师, 2019(08): 288-289
- [2] 王尧艺.企业市场营销管理创新路径探究[J].现代盐化工, 2020(02): 92-93
- [3] 张蕊.小微企业市场营销管理的现状及措施[J].现代营销(经营版), 2019(01): 104-105
- [4] 姚朋阳.企业市场营销管理及创新研究[J].现代营销(下旬刊), 2019(12): 69-70
- [5] 蔺耀耀.现代企业市场营销管理的创新研究[J].现代营销(下旬刊), 2019(02): 68-69