

顾客价值视角下体验营销战略管理的变革与探索

张海娜

广西大学商学院 广西省南宁市 530004

[摘要] 伴随着我国社会经济的不断发展,人们的生活水平日益增长。因此,对生活质量的要求也有着愈高的追求,顾客作用更是影响营销战略管理的具体发展和探索,可以说营销战略管理的主要内涵便是顾客的满意度,要想行之有效的优化和完备改革策略与探索途径,必须抓住顾客视角获取良好的内在驱动力,进一步实现体验营销战略管理的优良发展。文章通过对顾客价值观和提升顾客价值两个方向进行分析,以此来完善我国体验营销战略管理现状和发展要求。

[关键词] 顾客价值观; 营销策略管理; 变革与探索; 分析

引言:

目前,我国的营销战略发展正在以迅猛之势不断地开拓新的发展思路,顾客作为主要受众群体对其评价和肯定有着一定的积极作用,确保各项工作能够在顾客价值观视角的提前研究之下,形成更加丰富多样的管理经验。这不仅能够提升我国整体的经济发展效益,也能够为我国生产生活提供重要的指导和影响。营销战略是一种新型的战略方针,一切以客户为服务中心进而制定相关的具体细则,其中制定的五项客户满意系统也是完全立足于其自身实际需求和利益为出发点所制定,主要包括:理念满意系统、行为满意系统、视听满意系统、产品满意系统、服务满意系统五项,可以说实行这种现代化要求下的新型营销战略是完全跟必须现在客户的角度而言,将企业的第一方针制定为客户所需,进而带动一定的经济效益谋求现代化发展,进一步体现营销战略管理的优化变革与探索。

1 顾客价值观的内涵

目前,我国市场营销的具体发展和价值标准始终离不开顾客层面,这就更加肯定了营销战略管理的根本意义,帮助顾客获取应用产品成本较低标准,同时提升其满意度,进而良好的提升企业发展空间使得我国经济建设不断进步。伴随着社会经济的不断改革与发展,必须树立以顾客为市场导向的营销策略,逐步实现创新性的改变和进步。在满足人们生活水平与质量的提高过程中,营销战略的改革与进步必须要满足人们日常所需,在整个营销的基础过程中需要积极的面对以用户为主体,根据市场行情的变化不断来提升服务的质量。当前社会发展的过程中顾客群所体现的价值在逐步上升。所谓顾客价值则是由其本身决定的,而非企业企业所操控,可以说顾客价值就是顾客自身告知到的价值。

针对于上述顾客价值的内涵而言,虽得到了大多数人的认可但仍然存在诸多分歧,一般来讲顾客感知价值的核心内容是权衡利弊的具体分析。例如,在购买价格、获取成本、交通等方面出现得利或者失利等不可控风险。与此同时,客户体验也突出表现为获得良好的品牌服务、文化等各个方面。

2 顾客视角下体验营销战略管理的必要意义及现状

营销战略管理模式要想在激烈的市场竞争中占有绝对的优势地位和形态,就必须积极和充分的认识到目前我国市场经济状况下顾客需求的矛盾和问题,以此增加对营销战略管理进行行之有效的制度改革和创新,来确保能够实现优质服务的顾客精神和要求。

2.1 我国体验营销战略存在观念滞后性

虽然我国大多数企业都在逐步落实体验营销战略营销,但是这种营销模式模式在运行过程中存在有着一定的弊端和缺陷,在管理模式和体制不够完善的状况下,对于顾客消费观念以及各方面的认识,不能够做到积极全面的分析和研究,使得营销战略在一定程度上无法存起来体现优越感,且不能够脚踏实地的为人民群众提供优质的基础服务,进而造成供企业和客户之间的诸多矛盾。这在一定程度上阻碍了企业的优良发展,所以,在不断完善体验营销手段和策略也是作为企业的一种营销方法。使得其能够将建立产品以及各

类服务信息良好的传输到用户的顾客平台上,同时能够促进企业的健康发展和进步。

2.2 体验式营销观念认识不足

体验营销在实施过程中会呈现出诸多“力不从心”的状态,不能够灵活的将各项理念应用到战术之上,例如部分企业将其作为一种短暂性的营销策略,只注重短时间内的产品知名度和销量,而严重忽视长久的发展和影响力。除此之外,一些企业只是将体验营销的具体的环节之中,无法从全局观念入手获取更多的营销可能,致使顾客体验局限性明显。社会的舆论对于企业的综合影响也有着较大的作用,这也是不利于建立企业有效发展的问题。

2.3 顾客体验深度不够

伴随着国家的强大我国体验式消费的营销模式也在逐步实现多样化发展,随之顾客也将提出高品质生活的追求,相对应的客户群体对于企业的服务标准也有一定程度的提高。目前,顾客自身的体验度较低参与程度不够,促使体验式消费营销浮于表面,造成这种形态的原因一方面属于产品自身欠缺质量标准,未能够良好的达到顾客需求,另一方面则是体验消费程度同顾客体验值差值较大,严重损失顾客的体验兴趣与热情。客户的满意度逐渐成为各行各业的工作内容的重要考核价值目标,在企业的综合发展中必须以顾客为主体,进而完成企业的精神和影响,通过建立良好的企业口碑,来完善和提升我国企业的核心竞争力^[3]。

3 以顾客价值为导向的体验营销战略优化实现的基础途径

3.1 全面了解体验营销战略的实施过程

学会认知顾客选择相适应的目标市场,这种确定顾客范围的形态,能够更具顾客群体制定出具备科学性、有效性、针对性的细分规则,尽可能的选择一个或者多个市场作为企业运营的目标市场,进一步优化效率降低企业投资成本。同时,致力于提高对顾客的需求认知,不断的提升客户至上的服务意识和态度,通过行之有效的培训来指导员工能够不断接受新的思路 and 知识,来形成转化自己的行为方式,提高企业人员的精神和服务理念,为每位客户提供和创造良好的消费服务环境。最大限度的制定体验手段满足客户日趋丰盈的需求发展,且企业也要建立起完备的营销服务制度体系,以次来完成企业发展的规范管理来为服务的质量做到行之有效的改变。设置相适应的体验参数和主题,让顾客对体验程度进行逐一分析,以便后期营销战略调整与改进。针对于设计主题而言,一定要确保不同性提升新鲜感,构建与顾客相贴近的体验氛围促使产品更具吸引力。管理整个营造传播,构建与顾客沟通的各项信息收集,进而为研发人员提供充足的信息材料,进而良好调整体验服务做好具体的宣传工作,推出符合现代化审美的多媒体内容,激发顾客的消费欲望。

3.2 体验营销战略准备阶段

人们生活水平的不断提升和对服务质量的要求有着越高的追求,都使得企业的优势竞争力有着下降的趋势在用户有了更多的选择空间中,对于优质的服务也能够起到一定的市场竞争力。除此之外,

还需要与用户实现教育的过程中展现我往员工的职业技能、服务态度、售后服务。等各个方面综合考量要切实有效地做到坚持以人为本,因此,优化落实体验营销战略的核心内容便是要给予产品良好的体验价值,需求与顾客群体实际相符合的产品背景切入点,包括体验主题、标语、服装等等,进一步获取顾客青睐帮助企业制定新的营销方案。

3.3 体验营销战略制定阶段

体验营销制定阶段的具体细节必须要深刻、全面,充分调动顾客的思维感官、行动思考等方面,制定综合设计的体验活动。这种活动不仅能够带领顾客重新进入多角度、多层次的体验环境,也能够加强互动为体验实践阶段打下坚实的基础。

3.4 体验营销战略实施阶段

优质的服务不仅要做好形式上的工作,也要积极地为顾客解决故障体验问题并且实现企业的专业和水平。确保产品体验价值能够真正满足消费群体,获得最佳的经济收益。同时,有效树立品牌形象加强与顾客多交流、多互动的环节,也可以在营销战略的方案之中加入纪念品系列,让顾客感受满满的体验价值,获取更好的印象性体验进而升华对整个产品与企业的认知度,完善企业的可持续发展^[4]。

3.5 体验营销战略反馈与控制阶段

利用科学化的反馈营销制度,实现对具体工作质量的考核和总结,并且依据顾客的有效反馈提升营销策略,这种模式不仅能够完善企业内部的优化发展,而且能够通过对员工的素质综合提升来完善企业口碑的建立和长远发展^[5]。

合理的控制体验营销战略落实,把我营销方案的整体控制做到全局性对待问题,避免不必要的落差及问题。另外,有效实现高效性体验营销战略,控制好各个体验环节良好进行,这种立足于客户价值的角度所制定的企业营销战略部署,既是现代体验营销战略的具体需求,也是企业谋求长久发展的必要选择^[6]。

结束语

综上所述,我国体验营销战略是目前企业发展中最为重要的组成部分,在面对我国企业营销策略存在一定的欠缺和改善基础之上,还需要积极立足于顾客价值积极地完成优质服务的推进和改革,增加体验营销战略的发展渠道,为我国企业市场能够更好地适应经济社会的发展需求提供良好的建设服务,不断增加我国企业体验营销管理的模式和进展。

[参考文献]

- [1] 汤艳玲. 顾客价值视角下体验营销战略管理的变革与探索[J]. 今日财富, 2018(21).
- [2] 林璐. 基于顾客价值为导向的体验营销策略研究[J]. 知识经济, 2019(18).
- [3] 李白欣. 互联网金融下农行城西支行高端客户拓展研究[D].
- [4] 江艳秋, 房子琳. 体验经济及其对应的营销战略管理[J]. 中国商论, 2017(27):44-45.
- [5] 宋楠, 韩凤, 曲晓娜. 企业微营销战略实施和应用研究——以烟草行业为例. 中国集体经济, 2016(3):68-71.
- [6] 谷园园. 节事营销战略对城市品牌塑造的影响研究[D].

(上接第89页)

度来看,脏话无礼如何都不应该被排除在语言学习之外,脏话是任何一种语言的有机组成部分。”我们也认为,在对外汉语教学中让学生学习一些骂词是必要的。

首先,从提高阅读和口语交际的角度看,让留学生接触到真实自然的汉语就应该一改过去的回避态度,让学生接触一些骂骂词。在过去的对外汉语教学中,对骂骂词常常都是采取回避的态度,这对留学生在口语交际中造成了很大的问题。其次,骂骂词体现的是禁忌文化,禁忌文化显然是“语用文化”的一种表现。留学生如果不了解汉语骂骂词,在交际中就容易触犯汉文化的禁忌,引起语用失误,造成交际失败。所以不管从什么角度来说,汉语骂骂词在对外汉语教学中都是不可避免的一个语言点,只有理解了骂骂词的含义,在交际过程中禁用骂骂词,才能确保交际过程得体,达到交际的目的。

4.2 对外汉语骂骂词的教学对策

针对骂骂词在对外汉语教学中的必要性,结合对外汉语教学的目的,本文从以下几个方面谈谈对外汉语教学中骂骂词的教学对策。

针对教材的处理方面,在教材的编写中应当适当的加入一些最常见的骂骂词,并标注准确的解释。第二,教材的编写应该增加汉民族的禁忌文化的内容,提高学生对禁忌文化的敏感性。骂骂词体现的是禁忌文化,在教材编写中不能仅仅关注到汉文化提倡的东西,也有必要加入汉文化禁忌的词汇和话题。第三,在词汇教学中,我

们应该让学生多注意一些带有深厚文化内涵的词语的理解和运用。这种做的目的是,避开单独讲解骂骂词的不便与尴尬。第四,扩大课外阅读量,多开展一些课外活动。教师可以倡导学生阅读比教材更口语、更生动的小说,鼓励学生沉浸在自然真实的汉文化环境中,让学生学到真实的自然语言,提高学生的语言交际能力。

结语

尽管骂骂词语义不洁不雅,但是它客观存在于每一种语言中,在实际的教学中,我们应该正视这种语言现象,不该回避。在对外汉语教学中,适当的教授一些骂骂词,是有必要的,这样做的目的不是要宣扬它、倡导它,而是让留学生了解骂骂词并在实际的交际中尽量避免使用。对外汉语教学,不仅是语言教学,更是中国文化的传播,在教学中引入骂骂词,这样学生才能更全面的了解汉文化,真正的实现汉语学习的目的和要求。

[参考文献]

- [1] 王颖哲. 浅议汉语骂骂词[N]. 江苏: 师范大学学报. 2013.
- [2] 尧春荣. 汉语骂骂词的语力及所折射出的汉民族文化心理[J]. 广东: 岭南师范学院.
- [3] 尧春荣. 对外汉语教学中的骂骂词教学探讨[J]. 语言应用研究.
- [4] 徐青. 词汇漫谈[M]. 浙江: 浙江人民出版社. 1983.