

# 新时代电子商务环境下企业市场营销模式分析

傅程华

江西青年职业学院 江西吉安 330000

**摘要:** 目前,我国经济获得了很快的发展,在对外开放的基础上,人们的观念也开始出现着变化,特别是在消费观念上。近期,伴随网络科技的快速进步,以往的消费模式也陆续产生变化,商业发展已然从以往固定的交易时间、地点转变成网络交易,人们开始利用网络来完成交易,并未见过的人也能够展开贸易往来。本篇文章就目前电子商务环境下的企业市场营销模式进行研究,并针对于此,提出一些有效的措施,希望可以给大家带来帮助。

**关键词:** 新时代; 电子商务; 市场营销

## Analysis of enterprise marketing mode in the new era of e-commerce environment

Chenghua Fu

Jiangxi Youth Vocational College Ji'an 330000

**Abstract:** At present, China's economy has developed rapidly. Based on opening to the outside world, people's ideas have begun to change, especially in the concept of consumption. Recently, with the rapid progress of network technology, past consumption patterns have also changed in succession. Business development has changed from the previous fixed trading time and place to online trading. People begin to use the Internet to complete transactions, and people who have not met can also carry out trade. This article studies the enterprise marketing mode under the current e-commerce environment and puts forward some effective measures for this, hoping to bring help to you.

**Keywords:** new era; Electronic Commerce; marketing and sales

在经济全球化这个背景下,贸易市场也逐渐变成一个整体,每个国家与地区都能够在该基础上完成不同类别的交易,消费者与供应商能够不被时间及地点所制约,做跨越区域的贸易活动<sup>[1]</sup>。在网络迅速发展的前提下,电子商务开始快速的兴起与发展,人们利用网络完成交易,能够不出家门就可以购买自己需要的产品,但在发展当中,商业贸易的竞争也变得更加激烈,企业利用不同的营销措施,建设对应的贸易平台,借此来拓展自己现有的市场份额,提升获得的商业利益<sup>[2]</sup>。所以,在当今时代下,对企业现有的营销模式展开分析已是不必可

少,该模式的持续更新能够促进企业的经济发展。

### 一、电子商务环境对企业市场营销的影响

#### (一) 市场经营环境开放化

在贸易过程当中,供应商与消费者通常都是以个体为单位存在的,然而各项贸易过程的参与者都身处市场营销这个环境当中。在目前电子商务的环境下,市场营销的环境开始展现出较为开放的特征<sup>[3]</sup>。在以前的营销活动当中,企业通常会被地区这个因素所限制,营销的范围也相对较小,所面对的消费人群也通常较为固定,这在很大程度上制约了企业本身市场规模增大及其利益的提升。当下,伴随网络及经济全球化的迅速推进,企业处于一个持续开放与包容的环境当中。一方面,企业的市场能够持续拓展,不被区域所制约,把自己的产品传播到各地。另外一方面,企业也在这种较为开放的环境当中,持续学习现代化的营销措施及其管理观念,让自己所用的营销方式能够获得发展,进而适应目前市场

**通讯作者简介:** 傅程华,出生于1983年2月,汉族、性别:女,籍贯:江西吉安,单位:江西青年职业学院,职位:专职老师,职称:讲师,学历:硕士研究生,邮编:330000,邮箱:121809288@qq.com,研究方向:市场营销,区域经济。

的改变,迎接挑战<sup>[4]</sup>。

## (二) 市场营销理念服务化

交易是供应商面对消费者所开展的活动,怎样吸引更多的消费者是每个企业需要面对的问题。针对企业而言,产品质量是刺激购买的重要方式,而企业现有的市场营销理念则给吸引消费者给予后期方面的保障。在以往的企业营销当中,企业通常都是吸引消费者的重要力量,借助在报纸上发布广告、线下发传单及其叫卖这些方式来吸引消费者,在具体营销当中基本上都是坚持把产品卖出去这个理念,这势必会对消费者有所保留<sup>[5]</sup>。目前,电商的持续发展,其对应的平台也逐步变成营销当中的重要角色,消费者借助电商这个平台,对企业所宣传的产品加以浏览,如此一来,在交易当中的垄断情况将不会存在,消费者能够借助电商这个平台对有关产品做查看和对比。所以,企业如果想要增加自己现有的市场份额,获得更多的利益,就应该和电商这类平台展开合作,把产品相关的信息提供给平台,通过包装与加工以后,让消费者从不同的角度查看,企业所持有的营销理念逐步从以往的“利益”开始朝向“服务”方向转变,怎样提升消费者对企业的好感度,吸引来更多消费者逐步变成企业营销模式当中的关键。

## 二、电子商务环境下改变企业市场营销发展的措施

从上文内容可以看出,企业应该改变以后的市场营销模式,就目前电商发展的情况开始着手,改变市场营销理念,培育出更多高质量的营销人才,推动企业更好的发展<sup>[6]</sup>。

### (一) 改变市场营销理念

营销理念是一个企业开展市场营销的中心思想,应该跟随时代的进步来做及时调节<sup>[7]</sup>。就目前的市场情况而言,现在还具备活力的老牌企业,其背后都势必有着现代化的营销理念来加以支撑,而逐步走向衰弱的大企业在具体发展当中,因为对网络所具有的重要性没有清楚的认知,把市场销售限制在了线下,无法利用网络做线上的销售,失去了大好的发展机会<sup>[8]</sup>。所以,企业需要改变以往的市场营销观念,增强自己对于电子商务的了解,利用网络来开展产品推广,借此来拓展自己现有的市场份额。并且,企业当中的管理从业者还应该对现有的营销理念进行更新,进一步分析目前市场发展的情况,利用电子商务这个机会,推动我国企业的发展。

### (二) 强化企业的电子商务网络建设

网络是目前电子商务主要的载体,其在一定程度上影响着我国电子商务的发展。所以,企业如果想要在电

子商务这个背景下,占据更大的市场份额,就应该做好下面这几点:1.强化网络基础设施的建设。一个相对较大的企业,如果离开了网络难以正常的运转,所以企业应该强化自身基础设施的建设,借助拓展企业网络当下的覆盖程度,做好企业当中网络硬件设备的建设,给企业开展市场营销给予了有力保障。2.建设拥有自身特色的营销网站。目前,网上购物已然变成一种必不可少的购物模式,而一个有着自身特色的营销网站能够在很大程度起到吸引顾客的作用。企业能够借助招聘对应的技术从业者,创造出带有自身特征的营销网站,借此来吸引顾客。3.做好隐私方面的保护。网络在为人们创造便利的同时,也让顾客的信息容易被泄露。企业本身有很大的消费群体,消费者个人的隐私在一定程度上影响着企业自身的形象,所以企业应该强化对其隐私的保护,让消费者对企业更加信任。

### (三) 强化对有关专业人才的培养

人才不管是在哪个领域都能够发挥出很大的作用,企业如果想要在市场营销之中占有一定的优势,并拥有更大的市场份额,就应该培育出更为高素质的市场营销人才。自步入20世纪到现在,经济全球化与网络都获得了很大的发展,教育部们在2000年就已经把电子商务作为高校其中的一个专业,可以看出我国对电子商务的重视。而高校当中电子商务这个专业的学生,能够借助学习互联网经济及其商务管理有关的知识与技能,并持续提高自己现有的专业能力,这样在其以后进入社会就能够给企业提供更好的营销方案。在我国的大力支持下,企业能够借助招聘电商有关人员,定期展开相应的职业培训,来强化员工的职业素养,同时依据企业自身的特征,培养出更多高素质的市场营销人才。

### (四) 创新市场营销发展途径

在目前的市场背景下,大多数企业都是运用线上和线下这两种营销途径,在这个前提下,企业如果想要获得更加长远的发展,就需要把这两个营销途径所具有的优势都体现出来。一方面,线下途径能够让消费者和销售者、产品质量能够更近的接触,所以企业需要重视产品的质量,并且强化对销售从业者的培训,借助创建高质量的产品,来提升消费者对于产生的满意程度,利用“硬实力”来拓展自己现有的市场份额,并且努力提升销售从业者对顾客的服务,缩短企业和消费者逐渐存在的距离。另外一方面,应利用线上途径所具有的优势,借助网络能够迅速传播的特征,把和消费者所需相同的产品进行推荐,并且努力提升线上途径的服务质量,让

企业同消费者间能够更加顺利的沟通，总之，企业应该把线上及线下的营销做彼此结合，借助两者的共同努力，推动企业更好的发展。

### 三、结束语

总而言之，电商领域在迅速发展的同时，也对企业自身提出了更高的要求。目前企业已然从以往的贸易模式逐步向着电商这个方向发展，在发展的过程当中，会面对营销模式较为固定的问题，而想要解决这个问题，就需要供应商与消费者一同努力。而是市场营销模式本身有着很强的综合性，需要结合外界市场环境的具体情况来制定。而想要做到营销模式的制定，可以从以下两个方面开始着手：一方面，企业应重视对营销方面人才的培育，另外一方面，消费者应该形成正面的消费观念，在企业与个人的一同努力之下，推动我国经济更好的发展。

### 参考文献：

[1]陈杰.电子商务时代下饲料业市场营销策略研究

[J].中国饲料, 2021(16): 78-81.

[2]王馨.电子商务对市场营销创新发展的影响及应对措施[J].科技经济市场, 2021(2): 159-160.

[3]李煜琳.基于电子商务视角的企业市场营销模式创新研究[J].企业改革与管理, 2021(14): 75-76.

[4]刘曾铭.基于电子商务的企业市场营销知识管理体系结构探究[J].企业科技与发展, 2021(7): 169-171.

[5]付炳宇.电子商务模式下的市场营销对外语学习的作用研究[J].财讯, 2021(4): 171.

[6]蔡小凤.电子商务对市场营销创新发展的影响分析[J].中国商论, 2019(19): 45-46.

[7]刘莹.基于电子商务平台的快速消费品市场营销渠道研究[J].现代营销, 2019(9): 55-56.

[8]刘旭.关于中职电子商务专业市场营销课程的改革创新[J].学周刊, 2019(8): 36.

[9]张靖沅.浅析旅游公司电子商务的营销策略[J].消费导刊, 2019(45): 66, 69.