

探究企业市场营销中的品牌营销

伏天儒

(广西城市职业大学 广西 崇左 532200)

摘要: 随着市场经济的发展,企业间的竞争更加激烈。市场营销是企业生存发展的重要手段。传统的营销模式已经无法适应市场发展的需求。需要积极探索市场品牌营销,提升企业品牌意识,提高企业营销水平,促进企业的发展和进步。

关键词: 企业;市场营销;品牌营销

引言

随着市场经济的快速发展,消费者接触到的商品逐渐增多,导致消费者的选择逐渐增多,这对于企业而言是一个很大的挑战。企业做好品牌定位去进行市场营销,可以更加快速地掌握消费者对于产品的需求,从而进行营销方案的调整,增加产品的卖点,赢得消费者对于企业的信任,为企业良好的发展奠定基础。

1 品牌营销的意义

1.1 品牌营销的概念

品牌营销是指企业在对产品进行市场营销的过程中利用消费者对该类产品的需求,以产品质量、企业文化以及该产品独具的特性等元素作为宣传亮点而宣传创造出来的某个产品的牌子和该产品在消费者心目中的价值认可及其最终实现品牌效益的市场营销过程。

1.2 品牌营销的现实意义

(1) 有助于提高企业的认知度企业拥有良好的品牌定位,可以吸纳消费者的注意力,并在消费者注意力的基础上进行产品的宣传和推广,当产品的质量可以取得消费者的认同时,可以使消费者对其品牌产生信赖心理,从而有助于促进企业形象的宣传,提升企业的市场知名度。(2) 有助于提升企业的营销效果。任何企业都不可能满足市场上所有消费者对于产品的需求,企业只能根据自己的实际经营情况进行市场的分析,对消费者进行分类,从而找出最适合企业发展的营销策略。企业的品牌定位可以根据不同消费者对于产品和服务的需求进行筛选,为市场营销方案的制定提供了可靠的依据,使得企业可以准确对消费者的期望进行预判,满足消费者对产品和服务的需求,帮助企业营销方案取得良好的效果。(3) 降低消费者的防范意识。消费者在购买其认可的品牌时,购买防范意识会降低。在购买商品时,对自己信任的品牌可能只是进行简单了解就对商品进行购买,但是对于其他品牌就会进行全方位的了解,甚至货比三家。简单的说就是更易产生消费冲动。(4) 提升商品附加价值一个品牌会带给企业商品产品所不具备的附加价值。在消费者购买商品都会有一个心理预期,但是在现实生活中,理论和现实还是有一定距离的。消费者对产品的心理预期可能已经超过产品本身的功能,这使企业的产品在市场竞争中占得先机。

2 企业市场营销中的品牌营销 措施

2.1 积极树立品牌意识

企业需要树立品牌意识。企业只有拥有品牌意识才可以树立良好的品牌形象,而且品牌对企业的影响十分大,不仅是企业的无形资产,而且还可以提高企业自身的竞争力,让企业在市场竞争越来越激烈的环境下可以占据一席之地,但是如今各种品牌良莠不齐,企业若想打造属于自己特色的品牌,就必须树立品牌意识

2.2 拓宽市场营销渠道

传统的品牌营销,是通过产品的营销商,中间商和企业以口对口方式对消费者进行企业品牌的营销。随着时代的进步,互联网时代的来临,使得市场营销的方式更加多种多样,人们可以通过移动互联网交流信息,在新时代来临时,要用新的思维去开拓市场。如在网络直播中进行品牌营销,建立企业的网页和贴吧,使得人们可以更加方便快捷地了解企业。使得企业的品牌可以得

到有效的推广。

2.3 开发利用新媒体平台

在新媒体时代,优质平台层出不穷,给传统企业的营销带来了便捷性。通过新媒体的传播,把消费者的注意力转向了很普及的互联网移动端。如何利用好这种便捷特征,将企业的营销信息快速地传播出去,这是摆在传统企业面前的一个难题。企业必须适应外部环境的变化,调整自己的营销方式,借助新媒体平台,充分利用它技术层面的优势,有效地改变原有的单向传播的特征,将线性传播方式发展转变为几何级数式的传播。比如:信息传播者利用选定的新媒体渠道,专业的技术会将媒体用户的传播活动产生大众传播以及人际传播的两重功能,接收信息的消费者,不仅可以成为信息的关注者,同时也能够成为信息的二级传播者,并不断传播出去,使得信息的受众更加广泛。如果企业所做的营销信息的内容专业性强,对消费者有强大的吸引力,那么在这种新媒体环境下就会产生像裂变似的效应,使营销信息的传播的速度大幅提高,传播的面大大增加,实现企业品牌快速营销的目的。

2.4 大力引进和培育跨境电商人才

当前是我国跨境电商高速发展的黄金时代,只有同时了解外贸业务员和信息技术的复合型人才才能够满足跨境电商企业快速发展的需求。跨境电商企业,一方面应当与高校开展合作,开设电商相关专业,既为跨境电商培养人才、缓解毕业生就业问题,又节省了跨境电商企业的人力物力成本;另一方面企业应提高员工的综合素质、业务的专业性和核心竞争能力。除此之外,电商企业为避免已有人才的大量流失,需设置合理的薪酬体系。

2.5 建设优秀企业文化

企业文化体现了一个企业的思想和行为方式,包括价值观念、企业精神、企业制度等内容。优秀的企业文化能够让消费者认同,获得消费者的关注,在消费者心目中树立良好的企业和品牌形象,提高消费者的忠诚度。企业可以将文化因素融入品牌定位中,这样能够在提升品牌的知名度的同时也让消费者对企业有所认识。建设优秀的企业文化,可以增强企业的影响力,帮助品牌更好地推广,使企业在激烈的市场竞争当中生存并持续发展下去。

结语

综上所述,随着全球化时代的到来,同类型之间的企业竞争的越来越激烈,对企业进行品牌营销可以让企业在激烈的市场竞争中占得先机,增强企业的竞争力。需要以品牌为切入点,进行品牌识别、品牌定位、品牌形象塑造和品牌推广分析,寻找提高品牌营销的最佳方式。制定出符合企业发展的市场营销战略,保证企业竞争力的不断提高,促进企业的可持续发展。

参考文献

- [1]沙海琴.品牌定位在企业市场营销战略中的作用及实施策略[J].企业改革与管理,2019(10):107-108.
- [2]贾月伟,王飞.我国企业品牌管理中存在的问题与对策分析[J].现代经济信息,2019(18).
- [3]尚妍.新媒体时代传统企业品牌营销传播策略探析[J].商场现代化,2019(11):36-37.