

以差异化竞争为基础的企业市场营销战略研究

孙世林 李雪瑞 刘芙蓉

(山东英才学院 山东济南 250104)

摘要: 经济的发展使得各行各业的竞争开始日渐激烈,竞争同质化情况也愈演愈烈,在这种背景下如何实现差异化竞争、让企业能够实现可持续发展应当成为值得每一位企业管理者思考的问题。本文就结合具体案例分析了差异化竞争的优缺点,并在此基础上提出了以差异化竞争为基础的企业市场营销战略。

关键词: 差异化; 市场营销; 营销战略

引言:

企业可以利用自身的优势与其他企业抗衡以此来稳固自己的市场地位,这种方法就是差异化竞争战略,这种竞争方式不仅可以帮助企业更好地生存,同时也可以让企业通过差异化竞争的过程打造属于自己的企业形象。

一、差异化竞争的优缺点

从宏观角度来看差异化竞争能够帮助挑选出具备一定价值的优秀企业,特别是在一些热门领域企业之间的竞争会更加激烈,在这种环境下企业只能不断地进步来适应市场发展需求,如果不能适应社会发展则会被淘汰出局,一些小型企业本就面临着巨大的生存压力再加上同行业大型企业的碾压很容易导致自己的市场份额被强占,最终无法生存;但是差异化竞争同样也能够给企业带来很大的好处,帮助企业树立品牌形象,提升自身在消费群体中的口碑。例如,海底捞的特色服务正是在差异化竞争下产生的,餐饮行业的竞争压力非常大,火锅店更是数不胜数,海底捞找准了自己的差异化发展战略,将服务做成一种口碑,稳住了自己在餐饮业的龙头地位;再比如近几年随着物流的发展很多电商平台开始出现,像 PXX、淘宝等,在激烈的电商市场竞争中京东另辟蹊径,建立属于自己的物流体系,实现购买配送一条龙服务,让用户可以实现今天买明天到,另外也针对淘宝监管不严的漏洞打出了只卖真品的口号,这种差异化竞争战略不仅可以很好地避开同质化竞争,也为自己之后的发展打开了新的局面^[1]。

二、差异化竞争为基础的企业市场营销战略

(一) 明确自身的市场定位

如果企业想要在日渐激烈的市场竞争中实现稳定发展首先应当明确自身的定位,清楚自己与其他企业在发展方面存在的差异、企业自身的优势、目标客户群体的需求及消费特点等等,这样才能够有针对性地制定合适的发展战略。例如,企业可以将自己参与差异化竞争的主要因素定义为技术,也就是靠技术来与其他企业竞争,这时企业就应当将自身发展的主要精力放在对技术质量的提升上,让自己的技术能够树立良好的口碑,而要树立口碑不能仅仅将目标放在大的订单上还应当从中小订单着手,如果有订单进来应当在保证技术符合要求、质量合规的前提下尽可能地缩短订单完成的时间,并且应当大胆承诺后期有产品技术问题可以无条件解决,这样就可以很好地将自己的优势突显出来^[2]。

(二) 利用产品差异化

当前我国消费市场的特点是消费者越多企业变动价格的权利就

越小,在展开差异化竞争前企业应当对市场情况以及消费者的需要进行调查,综合各种因素制定科学的差异化竞争策略。这里以某零售药店为例进行分析,近几年零售药店终端市场药品销售份额的提升使得药店行业集中度开始逐渐提升,企业之间的竞争也开始由最初的价格竞争转变为差异化竞争,面对现阶段各大药店主流产品结构同质化、产品经营策略同质化的情况尝试多元化、差异化跨界营销,开展多元化营销连锁切不可单纯地将药品和日用品等分开陈列到门店内,这样会让消费者混淆药店和日用百货超市导致药店的形象受到影响。因此为了更好地在竞争呈现白热化的医药零售市场中实现稳定发展,x药店必须要在内发展多元化的同时有自己精准的定位,可以从消费者的购买需求出发进行综合考虑,引进一些具备竞争力的营销项目并合理地规划新产品的布局及时申请经营范围;差异化跨界营销则可以考虑与本市内的药店、餐厅、游乐园等建立合作,实行积分会员积分通用或者优惠券通用等,这样就可以在进一步提升药店对潜在顾客的吸引力。

(三) 利用好企业文化

企业文化是一个企业形象的外在表现、是支撑企业发展的文化软实力,各大企业在发展的过程中应当积极建立属于自己的企业文化,从价值观、规章制度以及标志等方面来优化企业文化,并鼓励员工积极开展国际化交流,提升员工的思想水平,与此同时企业也应当让企业文化能够融合进产品中去成为企业的软实力,这样也可以帮助企业实现差异化营销,让企业能够在激烈的市场竞争中脱颖而出,积极打造属于自己的差异化产品,树立良好的品牌形象。

三、结束语

总而言之,差异化竞争要求企业应当明确自身的产品服务类型、服务人群以及消费群体的消费心理等等,之后企业再选择其中一个角度来制定策略增加产品的附加价值,并且在这个过程中也要注意成本的控制,要尽可能地在保证成本在一定范围内的基础上提升企业的文化软实力,让企业的附加价值能够发挥到最大,这样才能够帮助有效提升企业的综合竞争力,让企业能够在激烈的差异化竞争中获得稳定发展。

参考文献:

- [1] 钱蓓. 以差异化竞争为基础的企业市场营销战略探讨[J]. 中外企业文化, 2020, No.609(08):47-48.
- [2] 王纪伟. 以差异化竞争为基础的企业市场营销战略研究[J]. 现代商业, 2019, 530(13):37-38.