

企业市场营销战略的创新途径试析

汪璞琦 王艳飞 董雯

(山东英才学院 山东济南 250104)

摘要: 市场营销战略是企业发展的推动力,传统的营销策略难以满足市场发展的实际需求,企业需要不断地进行创新及调整,确保自身拥有更多的活力。目前,随着各个行业的不断发展,各个企业应当在原有市场营销的基础上,制定全新的发展方向,进而实现自身的可持续发展。企业应当认清企业市场营销的现状,并采取有效策略,大力推进市场营销战略的创新。本文分析了企业市场营销的现状,并探究企业市场营销战略的创新途径以供参考。

关键词: 企业; 市场营销战略; 创新途径

引言

目前,我国市场经济正处于快速发展的阶段,许多企业也在加强营销管理,提升企业的经济水平。但企业在实际管理的过程中也存在一定的问题,很多企业仍然采用传统的市场营销方式,没有拓宽销售渠道,这使得企业的发展受到阻碍。由此,企业应当从多个角度对市场营销战略进行创新,更加关注消费者的需求,以此提升企业的发展效率。

一、企业市场营销的现状

(一) 市场营销规划不长远

当前大部分企业对市场营销战略缺乏正确认识,不具备较强的全局观,且战略意识较差,只看重短期利益,没有站在长远角度进行市场营销战略的规划。由此,一些企业眼光拘泥于眼前,虽然制定市场营销战略计划,但无法获得长期利益。企业在制定战略规划时,没有理清现实和未来发展二者间的关系,最终使企业偏离自身的发展目标。

(二) 市场营销手段落后

目前,企业采取的市场营销手段比较落后,仍旧采取传统的市场营销模式,以广告等单一手段对产品进行推广和营销,以此提升经济效益。但一些企业过于重视利益,没有重视营销的社会利益和消费者利益。企业的市场营销方式过于形式化,比如营销活动、营销内容、营销手段等与消费者脱离关系,照搬国内外的成功营销案例。在这种模式下,消费者对企业产品满意度不高,企业也没有对市场营销手段进行针对性地整改,从而无法保证企业的长久发展。

(三) 跟风现象严重

一些企业照搬行业龙头企业的市场营销思路,盲目将其营销战略方针和实施方案照应用于本企业中,此时制定的营销战略明显与企业实际情况和产品情况不相符,导致营销方案的可行性与合理性较低。企业如果强行套用不合适的市场营销手段,无法促进产品销售业绩的提升,也会浪费营销资源。

二、企业市场营销战略的创新途径

(一) 完善市场调研工作

企业要认清新经济发展形式,重视市场调研的必要性,在这项工作上投入必要的人力、物力、财力,落实每一项市场调研活动,了解市场目前的发展现状,并加以深入分析研究,参考调研结果,构建科学、有效、可行的市场营销战略体系。企业首先要提升调研力量,设置专门的市场调研部门或者组织,结合调研工作量和具体需求,合理配置相应的专业调研人员,将调研费用和成本预算联系起来,提升市场调研工作效率。其次,企业要重视文化、环境因素的调研,积极落

实对市场规模、国民收入、银行等相关环境因素的调研,以此开展全面的调研工作,提供全面性的参考意见,为企业的市场营销战略决策做好调研基础。

(二) 组织多样化的营销手段

企业应当引进科学可行的新颖营销理念和方式方法,促进营销能时刻具备充足的生命活力,与市场变化进行同步,以此满足市场变化和新经济发展的需求。企业在实施多样化的市场营销策略时,需要结合消费群体的情况,比如针对新研发产品消费群体的市场营销工作,开展新产品免费试用的营销活动,或者实施新产品买一赠一的活动,调动消费者的消费欲望和好奇心。而针对固定的消费群体市场营销工作,要将维持产品销量作为重点,通过不定期组织各种优惠营销活动,使消费者保持消费热情,增强消费者的黏度。

(三) 渗透环境保护思想

近年来,人们的生活理念发生变化,对于绿色环保有更多的追求,这一点也充分体现在产品的消费选择上。为此,企业要加强对环保方面的关注,在产品的设计、包装、生产、市场营销等环节,渗透环境保护思想内涵,一方面响应国家提出的绿色生活的号召,另一方面,提升市场营销的社会公益性影响,吸引消费者注意力,提升企业在消费者和社会环境中的认可程度。比如企业可以采用低碳环保的产品包装材料,将其作为市场营销的一个基础点,开展相关的营销活动,宣传低碳环保材料的优势,为企业树立起健康环保的形象,在提高营销业绩的同时,推动企业的健康发展。

结语

综上所述,许多企业在管理的过程中,缺乏创新的营销策略,仍然采用传统的营销方式,没有积极地开展市场调研工作。在新时代背景下,企业应当不断调整营销策略规划,加强对企业内部的营销工作人员的培训,使其更加了解市场环境需求的风向,并拥有较高的综合能力和素养,以此加快企业的经济发展。消费者是企业面对的主要对象,企业应当明确消费者的需求,预测市场的趋势,并拥有一定的竞争优势,这能为企业的市场营销战略的创新起到推进作用,创新市场营销。

参考文献:

- [1]高雯钰.企业市场营销战略创新途径的选择及思考[J].现代营销(下旬刊),2018(10):61.
- [2]程丽萍.市场营销战略的探索与创新[J].商场现代化,2018(05):41-42.