

信息化应用与营销管理创新的融合与实践探讨

刘哲强

中联重科股份有限公司起重机分公司

[摘要]随着社会发展和信息技术的广泛应用,当前社会中企业想要实现不断发展就需要实现信息化建设,在办公和营销管理方面深入融合计算机和网络技术,全方位构建企业的信息化系统,提升办公效率和营销效果,强化企业的效益。社会生产力和人们生活需求的不断提升对企业的营销管理提出了新的要求,企业需要及时根据社会发展需求调整营销管理理念和方式,创新发展机制和目标,在营销管理创新中融入信息化管理,全面提升企业生产力和经济效益。本文分析了信息化应用与营销管理创新相结合的意义,并探索了进一步深度融合促进发展的策略。

[关键词]信息化应用; 营销管理; 融合

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-6288.2020.02.1255

前言

信息技术快速发展的背景下,互联网深入人们生活生产的方方面面,一定程度上方便了人们的生活,提升了社会生产力。在当前的“互联网+”时代中,企业要及时抓住发展机遇,结合信息化应用创新营销管理工作,提升企业经济效益。信息化应用与营销管理创新的结合能够加强企业的核心竞争力,帮助企业适应新形势的社会发展需求,提升企业的生产效率和服务效率,帮助企业创新发展制度。企业要重视信息化应用与营销管理的融合,转变管理理念,创新管理模式,紧随时代发展创建高效的服务平台,推动企业自身的不断发展。

一、信息化应用与营销管理创新的融合意义

信息化是指在生产生活合作运用计算机和网络技术,全面构建完善的工作制度和体系,以信息化的融入全面提升生产效率,降低生产成本。在企业的发展过程中,营销管理是重要工作内容之一,通常是对产品进行宣传、销售、管理等,以往的营销管理通过传统的方式实现,在当前信息技术飞速发展的时代中,企业可以充分结合信息化应用和营销管理,通过信息化应用实现营销管理过程中的统一规划、统一设计、统一标准和统一接口,保障企业资金和信息的统一发展。信息化的营销管理能够帮助企业面向更大的市场,让人们实现更加便捷的消费,从而促使企业获得进一步的发展,强化生产效率和服务效率。

(一) 创新营销模式

互联网时代的发展推动了社会需求和市场需求的转变,在这样的环境中,企业将信息化应用与营销创新相结合能够创新营销模式,适应社会发展需要,加强营销管理效果。传统的企业发展过程中应用的营销方式缺乏信息化的支持,不能结合快速发展的时代和技术进行及时的创新和改进,这样的营销模式会导致成本的浪费,造成许多不必要的环节,增加企业生产营销压力。随着信息技术的广泛应用,信息化应用与营销管理在企业中的结合能够降低营销成本、提升营销效果、增加企业利润。信息化应用能够创新丰富多样的营销模式,以多样的信息传播方式和快速的信息传播速度推动营销方式的多元化,有效加强了营销的效率和效果,一定程度上加强营销管理能力,创

新营销模式,提升企业经济效益。

(二) 扩大营销范围

信息化应用与营销管理的融合能够扩大营销范围,促使营销和销售突破时间空间限制,最终能够实现全球范围内的流通。传统的销售模式中,产品的营销和运输都受到一定范围的限制,营销渠道受到限制,而销售渠道则受到物流的限制。随着信息技术的快速发展,信息化应用与营销管理相结合能够充分拓展企业营销的范围和物流运输范围。信息化应用能够为营销提供更加丰富多样的渠道,新媒体、各种购物软件等都是能够实现营销的途径。而在互联网时代中,电子商务不断快速发展,信息化应用促成了完整的物流网络,物流可以在信息化应用下实现高效运行,帮助营销和销售突破时间空间限制,扩大营销范围。同时人们也可以通过信息化应用构成的完整营销管理网络随时掌握自己想要的信息,加强营销管理的创新运行。

(三) 强调消费主体

信息化应用与营销管理的融合能够提供更加广泛的选择权利,强调消费者的主体地位,让消费者最大程度上进行自主选择,全面地提升企业经济效益。传统的营销管理模式中,消费者处在被动地位,面对的选择范围也较小,这样的环境会造成消费者消费能力的下降,不利于企业和社会经济发展。将信息化应用与营销创新相结合能够为消费者提供更加广泛的选择机会,激发消费者的消费欲望,促进消费者的消费理念,让消费者能够选择更加高品质的产品,以消费增长促进社会发展。

(四) 市场更加包容

信息化应用与营销管理相结合能够推动市场更加包容,促使市场功能更加丰富,使消费者和企业以及消费市场之间的联系更加紧密。传统的消费市场功能单一,影响消费者的消费欲望和消费质量。信息化应用与营销管理的结合能够打破行业和品类的限制,以极大的包容性为消费者提供更加广泛的选择,促使消费更加高效。

二、信息化应用与营销管理创新的融合策略

(一) 创新企业管理观念

为了实现营销管理的创新和发展,企业管理者需要及时转变管理理念,加强对信息化应用的重视,在企业办公和营销中灵活应用先进的信息技术,实现信息化企业的建设。企业管理者需要认识到互联网的重要性以及社会发展的需求,结合时代形势正确决策企业发展方向。企业管理者对整个企业发展起到重要的影响,需要明确营销管理的方向,重视信息化应用,重视信息技术方面的人才培养,推动企业内部的信息化办公,推动信息化应用与营销管理创新的结合,强化企业发展优势。

(二) 创新营销管理模式

信息化应用与营销管理的融合需要依靠营销管理模式的创新来实现。传统的营销管理模式依靠陈旧的营销方式和营销理念,在当前快速发展的社会背景中已经不能适应社会需求,严重影响企业发展。在信息技术快速发展的背景下企业需要结合时代发展形势和社会发展需求制定创新的营销管理方案,创建信息化的营销管理平台,完善营销管理系统,以创新的企业营销管理模式强化消费市场发展,提升企业经济效益。企业在创新营销管理模式时需要充分考虑自身发展情况和信息化应用技术水平,明确自身对标的消费群体,在制定营销管理方案时结合实际情况学习其他企业的成功经验,进行一定程度的创新和改变,从而找到适合企业发展的路线。

(三) 构建完整信息系统

信息化应用与营销管理的融合可以通过信息系统和信息平台来实现,信息化应用在营销管理中能够充分发挥信息交互和处理的作用,加强企业与用户以同行之间的信息互通,促进营销管理能力的提升。企业在构建信息系统时首先需要建立营销平台,了解营销管理模式运行过程中的细节,及时发现问题并解决问题,分析通过平台收集的企业营销信息,及时结合实际发展情况进行改进。企业还需要构建企业与用户之间的信息平台,通过这个平台及时了解用户的反馈以及同行间的信息,结合这些信息开展自身的反思和改善,利用信息化应用构建完善的营销管理系统,实现营销信息的分析和整理,强化企业的发展战略和发展思路。

(四) 紧随时代发展趋势

社会发展和信息技术的进步,为企业的营销管理提供了越来越多的发展渠道,信息化应用与营销管理的结合呈现更加丰富多样表现形式。在信息技术发展的背景下,大数据、云计算技术、智能技术等先进技术能够为企业的营销管理提供更多的可能性。在当前的社会环境中,新媒体形式已经成为拥有巨大影响力的宣传渠道,企业可以将新媒体宣传与营销管理充分结合,创新多样的营销方式,利用企业微信公众号、微博、视频号等形式进行营销活动。品牌影响力的建设对企业的发展也起到重要的推动作用,企业在进行营销管理时要重视对企业品牌

的营销和发展,重视品牌效应的构建和利用,全面加强营销管理的创新,提升企业影响力的同时增强企业的经济效益。

(五) 提升营销人员素质

企业想要获得良好的营销管理效果,前提是拥有较高素质的营销人员,高素质的营销人员能够保障营销管理手段的执行,以自身的能力加强营销效果,提升企业的市场占有率。将信息化应用与营销管理相结合,企业可以在招聘时注重考察营销和信息技术应用能力,并且在今后的企业工作中培养相关工作人员营销能力的同时培养营销人员应用信息技术的能力,是营销人员的能力不断适应社会发展需求,加强企业的竞争力。

(六) 实现全面技术创新

在信息技术飞速发展的环境中,企业想要实现不断的发展,加强信息化应用与营销管理的融合,就要不断进行全面的创新,通过技术、管理、服务和文化多方面全方位的创新,加强企业的竞争力,实现适应社会需求的发展。第一,为了实现发展,企业必须不断进行技术创新,结合企业自身的实际情况通过先进的技术满足用户不断发展的需求,充分发挥企业的主观能动性进行技术创新,发挥自己的特色;第二,实现企业管理和营销信息化的过程中,企业管理占据重要地位,将企业管理与先进的信息技术相结合推动管理创新能够优化企业运行流程,提升企业发展的效率;第三,技术创新可以有效推动服务创新,先进的技术手段可以将企业与用户紧密联系在一起,让用户通过更加便捷的渠道进行消费、享受企业的服务,并且突破时间空间的限制;第四,文化创新可以加强企业的服务意识和管理意识,充分重视用户的主体地位,将信息化应用与营销管理相结合为用户提供更加全面的服务。

结束语

在社会经济发展和信息技术广泛应用的背景下,人们对消费和服务的要求越来越高,相关企业需要重视技术发展的趋势和实际的社会发展需求,不断实现自身的管理创新,加强用户的消费、服务体验。将信息化应用与营销管理创新相结合能够加强企业的竞争力,在解决企业营销管理中存在的问题。企业要重视信息化应用与营销管理的结合,跟随时代发展趋势创新营销模式,通过技术、管理、文化和服务全方位的创新推动企业的进一步发展,实现经济效益的不断提升。

参考文献:

- [1] 曹菲. DQP学分制和创新创业教育相融合的探索和实践——以营销管理专业为例[J]. 现代营销(经营版), 2018, (06): 199-200.
- [2] 于波, 张亦凡, 周文娟. 信息化应用与营销管理创新的融合与实践[J]. 经济师, 2014, (06): 264-265.