

基于“互联网+”背景下市场营销策略创新研究

陈耀辉

广州华立科技职业学院

[摘要]随着网络技术的发展,它被运用到各个领域之中,并且发挥着重要的作用,扮演着重要的角色。在此背景下,如何开展市场营销创新,促使企业在新一轮的市场竞争中抢占先机,获得高速发展,已经成为企业亟待解决的问题之一。对此,本文就基于“互联网+”背景下市场营销策略的创新进行分析,希望为企业提供一些有价值的借鉴和参考。

[关键词]“互联网+”; 市场营销; 策略创新

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-6288.2020.04.1148

引言:

随着网络技术水平飞速发展,市场经济的结构以及规模正在逐渐地发生改变。传统市场营销策略的弊端正在逐渐显现,若无法对其进行创新和优化,它很可能成为限制企业发展的因素之一。因此,企业相关工作人才有必要在新时期,针对传统的、相对落后的营销策略进行升级和优化,通过这样的方式来提升企业的竞争力,促使企业在日益激烈的市场竞争中抢占先机 and 机遇,在专业领域内占据一席之地。现今,企业之间的竞争程度日益激烈,为了更好地占据市场份额,相关企业有必要尽快适应市场的变化,采取创新的市场营销策略,在符合自身实际情况下,通过运用新思维、新方法,来打造全新的市场营销新局面,确保企业能够健康、可持续的发展。

一、“互联网+”下市场营销模式的创新意义

(一) 优化销售活动的质量

在新时期,为了更好地促进企业的发展,对于市场营销来说,实现营销活动的多元化,已经成为企业当前急需实现的目标之一。随着网络手段的不断发展和进步,我国的数字经济逐渐发展,并且进一步得到了壮大。电子商务模式不断被运用,并且对传统的营销模式造成了一定的冲击和影响。因此,为了获取更好的发展,必须要对传统的营销模式进行优化和升级,以促进企业在日益竞争激烈的市场中占据一席之地。现今,线上销售模式已经成为当前企业营销活动的主要模式,这也是当前数字经济发展的必然趋势,企业积极通过进行线上营销,极大地提升了销售量,促进了企业的发展。通过对市场营销模式的优化,可以有效改善传统营销模式中的不足和缺陷,突破区域环境、时间、空间以及传统营销的局限,广大消费者可以进行任意时间、任意地点的线上购物,这不仅为他们提供了极大地消费便利环境,同时也对企业的发展有着重要的现实意义。

(二) 提升信息集成率

在信息时代下,互联网中存储着大量的信息,若这些信息可以被妥善利用,对其进行收集、加工、分析以及处理,可以对市场营销有着巨大的帮助。尤其是随着“互联网+”时代的到来,数字经济得到了飞速的发展,使得越来越多的企业意识到互联网对于企业市场营销的重要作用,并且将大量的时间以及精力投入其中,为了能够更充分地将网络优势充分地发挥出来,提升企业的市场营销效率。例如,相关企业在开展营销活动过程中,可以利用网络的优势,针对广大消费者的各类信息进行筛选和分析,根据这些数据分析得出的结果,可以及时地了解广大用户的实际需求、消费水平、购物习惯等,及时地掌握他们的消费动态。相关企业可以针对消费者的动态针对性地制定出更加完善、高效的市场营销策略,通过这样的方式,使相关产品找到精准的市场定位,深度挖掘潜在的客户群体,更

好地满足广大消费者需求的同时,促进企业的可持续发展。此外,大量意向客户、潜在客户群体也可以通过网络手段了解自己喜欢的产品信息,比如说产品的功能、效率、外貌等,并且根据自身的实际情况以及需求,筛选出符合自身需要的产品,这极大地提升了信息集成的效率

(三) 抢占市场占有率

在当前形势下,市场竞争格外的激烈,相关企业想要获取丰厚的利润回报,在同行业市场中占据一定的位置,提升产品的市场占有率,就必须充分利用“互联网+”的优势,以此在激烈的市场竞争中获取主动权。相关企业需要结合自身的实际情况以及消费者的真实需求,充分利用“互联网+”所带来的优势和机遇,创新传统的市场营销模式,深入挖掘潜在的用户和市场,为企业实现健康、可持续发展提供全新的动力。例如,在相关企业开展营销活动过程中,可以通过高质量的线下服务,去维护好与客户的关系,赢得消费者的信赖,从而帮助企业树立好品牌,此时,企业可以利用品牌效应,大力开展线上销售,通过这种创新的营销方式,实现企业的可持续发展。

二、市场营销在网络时代中发生的变化

现今,随着网络手段的不断发展和进步,企业为了更好地适应不断变化的市场,也应该就市场营销的策略进行不断优化和升级。首要的工作就是要了解和确定在网络时代下,具体发生了哪些变化,之后,针对这些变化,从而对传统的市场营销模式进行优化和调整,通过这样的方式来满足市场的需要。对此,本文就以下几个变化进行简要分析:

(一) 快速了解客户的实际需求

现今,随着网络手段的发展,企业需要更加快速地了解客户的实际需要。很多人都已经习惯通过网络渠道来了解新闻、时事以及自己感兴趣的信息。他们的这些浏览痕迹不会消失。相关企业可以利用大数据技术对这些浏览痕迹进行收集、分析和总结,以此得知用户们的真实想法和需要。相关企业可以针对这些分析出来的结果对营销策略进行调整和优化,向这些客户针对性的推送一些符合他们需要以及令他们感兴趣的产品,以此促进相关企业的发展。

(二) 流通方式发生变化

在互联网背景下,产品的流通方式也发生了变化。很多产品可以从多个渠道进行传播,并且传播的速度非常迅速。除了传统的渠道之外,还可以通过互联网网站、视频APP、电视等多个渠道进行传播。除此之外,这些渠道也有着广大的受众群体。因此,为了实现企业的迅速发展,企业有必要对多个传统渠道进行关注,并且制定针对性营销策略,以满足广大客户群体的需要。

(三) 与用户加强沟通

在“互联网+”背景下,可以发现,网络技术极大地缩短

了人与人之间的距离，增强了彼此之间的交流。此时，相关企业可以将眼光放在社交软件或者电子信箱之上，通过对这些沟通软件的利用，来对传统的市场营销策略进行优化和创新。利用这些沟通类软件，可以帮助企业对每一位客户的实际需求有所了解，并针对他们的需求，向他们推送针对性的产品，提升产品销量。除此之外，企业还可以设立自己的官方网站，让用户通过浏览官方网站了解相关产品的信息，同时还能将自己的意见或者建议留下。这种方式实现了企业和用户之间“面对面”的沟通，拉近了企业和用户之间的距离，不仅可以实现对市场营销渠道的拓宽，同时还能促进企业与用户之间的交流，了解用户的实际需要，更好地对产品进行升级和优化，从而促进企业的高速发展。

（四）定位客户群体

如何精准定位客户群体，是开展市场营销的关键。通过数据调查，就可以轻易地发现，青年人人群体现今已经成为网上冲浪的主力军，他们不仅有着较高的收入，同时还对新的事物保持着强大的好奇心，并且他们的接受能力也是非常的强大和迅速。因此，相关的企业可以利用这一特点，针对青年人人群体制定行之有效的市场营销策略，通过这样的方式引发他们的兴趣和关注，更好地促使他们参与到营销活动之中，提升了营销活动的效果。因此，企业在对传统的市场营销进行优化和升级的过程中，有必要对客户群体进行精准定位，以此来提升营销实效。

三、互联网背景下市场营销策略

（一）优化传统网络营销方式

随着时代的发展，传统的营销方式已经无法满足当今企业发展的需要。因此，相关企业有必要遵循时代发展的规律，对其进行优化和升级，以促进自身健康稳定的发展。市场营销的主要目标和最终目标都是群众，所以，优化传统网络营销方式的依据是群众的变化和实际需要。在以往的市场营销优化过程中，往往通过问卷的形式了解群众的需求。但是，现今相关企业可以借助网络手段，更快、更高效地了解他们的情况。除此之外，相关企业还可以通过对消费者以往的消费记录以及购物信息进行分析 and 判断，以此不仅可以极大地降低企业的成本，减少企业支出，同时还能不断提升营销成功率，促进相关企业的发展。

（二）对传统的营销方式升级

在新时期，为了获取更好的发展，相关企业应该与时俱进，可以通过网络渠道了解用户的实际需求，并且根据用户的需求，生产相关的产品和建立可以满足消费者需求的网站、APP，这样做不仅可以满足广大消费者的实际需求，同时还能使广大消费者通过登录这些网站、APP，来选择自己需求的相关产品。这种营销方式与传统的营销方式相比，有着很大的不同，不仅可以避免传统营销方式中的复杂程序，同时还能更好地实现产销一体化，更加的高效和便捷。除此之外，随着我国市场经济的逐渐发展以及市场规模的逐渐扩大，各个行业之间的竞争开始逐渐激烈，相关企业为了抢占市场份额，取得先机，它们不仅需要对自己的传统营销策略进行优化创新，以此来满足当今市场的需求，同时还需要对竞争对手的营销策略进行研究，知己知彼，方能百战百胜，通过这样的方式不断提升自身的营销能力。例如，针对产品特色、营销目标以及营销工具等方面，只有对竞争对手的市场营销策略有了充分的了解和掌握，才能够更好地结合自身的情况，推出更受市场以及用户

欢迎的营销策略。

四、新媒体时代企业网络营销的战略创新和优化

（一）传统营销模式与现代营销模式相融合

在互联网背景下，企业为了实现自身的更好发展，可以将现代网络市场营销模式与传统的市场营销模式进行融合，通过这样的方式提升自身在市场中的竞争力，促进自身的发展。这两种模式之中还存在很多的共同之处，企业可以利用这一点，构建新型营销模式，更好地满足广大消费者的需求。例如，在传统的营销模式中，常常将顾客认为是与消费和购买产品有直接关系的人，在现代网络市场营销模式之下，这种关系依旧存在，并且比以往还更加的密切，通过将两者进行融合，可以使更多的人都选择这种新兴的市场营销模式。现代营销模式不仅要继承传统营销方式中优点，同时还要进行强化，使它可以更为精准地掌握用户的需要，满足更多用户的实际需求。尤其是在当今网络技术飞速发展的今天，很多产品的制造以及销售渠道都已经发生了改变，不再依靠物质载体，除此之外，产品的价格也发生明显的变化，但是相关企业一定要确保其价格和价值是相等的。

（二）企业网络营销流程的改善

在“互联网+”背景下，数字经济发展得十分迅猛，企业的生产经营模式同样也发生了极大的转变。因此，这就需要其营销模式也要随之进行调整和改善。众所周知，企业为了确保正常运营，有着不同层次的供应商，在新时期，企业要针对这些供应商进行及时的重组，通过这样的方式，企业不仅可以对相关的供应商进行重新考察和选择，同时通过联盟、并购等方式拉近供应商与经销商之间的距离，增加他们之间的联系。同时还能使各条供应链条更加的灵活、科学以及合理，使企业更好地适应网络时代中的市场经济，从而在市场竞争中占据一席之地。除此之外，在网络技术高速发展的今天，为了确保自身不仅能够生存下去，同时还能发展壮大，企业不仅要对自己的网络市场效益进行及时的关心，同时还要对网络经济的优点加以利用，在一定程度上针对业务流程以及业务供应链进行调整和优化。同时，在互联网背景下，企业还应该加强物流与信息流之间的沟通，是两者之间形成紧密的联系，从而对消费者的实际需求进行更为精准的把控。因此，在实际的企业生产经营管理过程中，还要不断地借鉴其他优秀企业的营销策略，并且将结合企业自身的实际发展状况，对其进行优化和创新，从而更好地实现企业的可持续发展。

（三）提供定制产品以及服务

在“互联网+”背景下，为了对市场营销策略进行优化和创新，企业还需要对产品生产以及服务工作进行优化和升级，提供定制产品以及相关服务。现今随着人们生活水平的不断提升，很多消费者对产品以及服务质量提出了更高的要求 and 标准。因此，为了更好地满足消费者的需要，提升企业的口碑，就需要针对产品生产以及服务工作进行不断地优化和升级。同时，在网络迅速发展的背景下，广大消费者的购买行为也受到了网络营销的影响，他们更加主动地去购买相关产品，并且在购买的过程中，很大一部分消费者会全面考虑产品的各项指标，比如说产品的质量、外观、口碑等，所以，相关企业想要获得长期、稳定、可持续的发展，就需要对自身的口碑进行及时的维护，还要在广大的社会群体中，开发出大量的潜在客户，并且要做好网络营销工作，与这些潜在客户群体保持良好的沟通和互动，促使他们可以主动购买

产品,从而促进企业的经济发展。

(四) 构建精准化市场营销模式

为了获取更好的发展,在“互联网+”背景下,相关企业有必要着手构建精准化市场营销模式,这样做不仅符合当今市场发展的规律以及互联网时代的趋势,同时还符合当今广大消费者的需要。在此背景下,相关企业经营者有必要对传统的经营理念以及市场营销观念进行优化和革新,根据企业的自身情况,树立符合网络时代需要的营销观念,推动企业进行转型。例如,在相关产品的推广过程中,可以充分利用大数据技术的优势,针对产品市场以及消费群体进行分析和筛选,从而对消费群体进行精准定位,促进产品的销售。除此之外,企业还应应对传统营销模式进行升级,实现数据技术与营销模式的完美融合,通过这样的方式实现精准化的市场营销,进而对实际消费群体的精准定位。在这种模式下,企业也可以实现自身的精准化管理,提升管理实效,这有助于提升企业自身的发展能力,更好地控制市场营销成本,从而实现效益最大化,进一步促进企业的发展。

五、针对企业营销策略进行创新

(一) 重视广大消费者的主导作用

为了实现市场营销策略的创新,首先,企业一定要重视广大消费者的主导作用,并且充分利用这种作用,从而更好地提升广大用户的使用体验,进而促进企业产品的销量。众所周知,在传统的市场营销模式下,一般企业往往占据主导地位,但是,随着网络手段的不断发展,地位逐渐发生了转变,消费者逐渐占据了主导地位,并且发挥着重要的作用。导致这种地位变化的原因主要有两个方面:第一,广大消费者针对愈加普及的网络逐渐地熟悉,不能够进行熟练地运用,还能借助网络的优势,从其中获取自己所需要的信息,从某些角度来讲,消费者可以直接与相关企业进行对话和沟通。第二,广大消费者在使用网络的过程中,往往会将自己真实的使用体验、实际需要以及对企业产品的建议等信息进行表述,通过这种方式来促使企业尽快对产品以及配套服务进行改变和升级,以满足自身的需要。现今,随着网络技术的发展,消费者已经牢牢占据主导地位,并且相关企业应该及时地意识到这一点,并且要正视消费者的意见,积极进行针对性地改变。

(二) 培养专业营销团队

在新时期及“互联网+”背景下,相关企业为了更好地对市场营销进行优化和创新,其中非常关键的条件是要有专业的营销队伍,只有具备这一条件,才能更好地对企业市场营销进行优化。因此,相关企业为了更好地构建营销团队,可以从以下几个方面开始着手:首先,要做好人才的引进工作,针对营销经验丰富的人才,要积极将其引入,使他们充分发挥出自身的营销价值,进一步促进企业的可持续发展。其次,针对企业现有的营销人员,有必要安排相关的培训活动,对他们开展与时俱进的市场营销教学、新媒体教学,通过这样的方式,提升他们的营销水平,更好地与时俱进,从而进一步促进公司的发展,最后,相关企业还有必要针对原有的营销考核制度进行完善和优化,赏罚分明,通过这样的方式,激发营销工作人员的积极性,促使他们更好地完成市场营销任务,提升企业产品的销售量。

(三) 加强网络营销力度

在“互联网+”背景下,为了在行业中占据一席之地,获取更好的发展,相关企业一定要加强网络销售的力度,这样做不仅仅依靠建立一流的市场营销队伍,同时还应该加大在其他

方面的投入力度,比如说信息设备方面、渠道方面等。相关企业可以从以下几个方面开始着手:第一,必须要加强信息网络基础设施的建设和投入,积极选用新型设备,提升网络营销的力度,通过这样的方式,才能确保网络销售的正常进行,促使企业的可持续发展。第二,针对传统的营销模式进行创新,随着网络技术的飞速发展,企业有必要对新媒体技术加强关注和利用,加强与相关平台进行深层次的合作,通过这些平台的合作,提升网络营销的力度,比如说微信、抖音、快手等新媒体平台,企业要积极与其保持深入合作,并针对相关平台,制定一系列的营销措施,通过平台的影响力,拓展销售渠道,从而提升产品的销售量。

(四) 完善销售计划的制定

为了获取更好地销售成绩,促进相关企业的快速发展,还应该积极完善销售计划的制定工作。经过相关的数据调查,发现很多企业并没有在市场销售方面取得好的成绩,造成这种情况的原因是他们过高地制定了计划,与自身的实际发展情况不符,导致很多销售策略和销售方式。因此,为了能够更好地促进相关企业的发展,应该根据自身的实际情况以及阶段发展目标制定和完善销售计划,通过这样的方式实现相关企业的可持续发展。除此之外,应该对新媒体市场进行充分地调研和分析,以此选择出更为有效的发展目标。面对不断发生变化的市场,相关企业也要不断对市场营销策略进行不断地升级和优化,只有这样才是逐渐适应市场,确保企业能够长盛不衰。

结语:

总之,在“互联网+”背景下,信息技术被广泛地运用,并且被运用到社会之中各个领域,不仅有效推动了社会中各行各业的发展,同时也对传统的市场营销模式提出了全新的挑战。企业要善于抓住发展的机遇,有必要利用信息技术的优势,合理地应对挑战,为企业的发展注入全新的动力。在实际的营销过程中,要善于对传统的市场营销模式进行优化和创新,及时地改变营销观念,不断地提升企业本身的发展能力。除此之外,企业还要根据自身的实际情况,构建精准化、标准化、个性化的市场营销模式,提升广大消费者的体验,满足他们的实际需要,实现企业健康、可持续的发展。

参考文献:

- [1]张年年,张万明.“互联网+”时代下市场营销策略的比较研究[J].今日财富(中国知识产权),2019(01):29.
- [2]李东瑾.基于“互联网+”的企业市场营销策略转型探讨[J].质量与市场,2019(01):4-5.
- [3]麻见阳.“互联网+”视域下企业市场营销策略的转型研究[J].营销界,2019(52):50+106.
- [4]陈德静.“互联网+”视域下企业市场营销策略的转型探析[J].营销界,2019(28):29+31.
- [5]湛明奇.“互联网+”市场营销模式创新研究[J].山西青年,2019(14):191.
- [6]蒋英杰.互联网+背景下智能制造行业市场营销策略研究[J].大众投资指南,2019(06):64.
- [7]杨骏翔.“互联网+”下企业市场营销管理创新方略[J].商业故事,2019(04):92-93.
- [8]张蔓琳.论互联网+市场营销模式创新[J].智富时代,2019(01):18.