

市场营销战略中品牌定位的作用分析

戴玉缓 洪绘龙 丁世杰

(南昌理工学院 江西 南昌 330088)

[摘要]本文主要研究的是品牌定位在市场营销战略中的地位,主要针对品牌定位,对于制定产品营销的策略、对消费者吸引的能力、执行企业品牌战略的能力等多方面的影响,并且还将几点重点的提出来,将消费对象进行一定的品牌定位、在头部品类的产品中,注重特性的突出以及品牌附加值的提升,把品牌定位对于市场营销战略的作用发挥的更充分,使两者有机的结合起来,使他们能够成为一个统一的整体。

[关键词]品牌定位;市场营销战略;地位

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-6288.2020.07.718

随着社会经济加快,市场竞争也越来越激烈,我国的企业在界的竞争中显著的变化,面对着当今的大环境,企业要想发展就要依靠市场营销的作用,通过市场营销加强对品牌的定位,从而使顾客对品牌更加认可和满意,这样就能提高企业的核心竞争力。品牌定位对于市场营销战略的作用非常显著,能够影响顾客对于品牌的认可度,所以说在如此激烈的竞争环境之中,企业要做的是让产品品牌定位更加的独特和合理,提升顾客的满意度,这样企业才能够实现可持续发展目标。

1 市场营销战略中品牌定位的作用

1.1 能够影响产品营销策略的制定

对于企业的执行营销战略来说,良好的营销策略的帮助是巨大的,对于提升企业的经济效益,最直观的就是产品销售的成果,因此,产品在制定营销策略时,一定要从不同方面进行分析,例如对消费者的分析及市场变化的分析等,必须要确保策略的科学合理,让企业能够良性发展。在制定相关的产品策略中,一定要把相关产品的特性和功能体现出来,企业的文化和品牌也需要融入其中,对于企业的发展有明确的方向,能够为实现企业的目标提供支持。品牌定位对于产品营销策略非常重要,品牌定位的不同,使品牌文化具有一定的差异性,如何企业要进行品牌定位,就必须充分考虑自身的实际情况,才能够将品牌定位发挥出更好的作用,使消费者都能够认可。

1.2 对企业吸引消费者的能力有影响

品牌定位对于企业营销策略有非常重大的作用,不同的消费群体能够影响品牌定位的建立,所以在制定营销策略中,必须要站在消费者的角度,充分的了解他们的兴趣及不同的差异性,进而符合消费者的产品需求。制定营销策略是为了提高企业的经济效益,并且你要战略的可行性,借助品牌定位的作用体现出来。因为激烈的市场竞争环境,企业在生产时未减少生产成本,就直接套用别的企业的产品,并且没有完善的产品生产技术,对于提升企业核心竞争力是不利的。因此,企业在建设品牌定位的时候,要合理的划分消费群体,生产产品要符合消费者的消费需求,这样来制定不同类型的产品,才能够保证消费者的满意程度,企业因此全在市场中占据有利地位。

1.3 企业品牌战略的执行受到影响

因为竞争的逐渐加大,企业自身对于产品的质量和性能的方面有了很大的提高,消费者也越来越关注相关产品和企业。对于许多的大企业来说,他们在品牌战略方面投入了较大的精力,作为关键点之一的品牌定位,与营销的效果之间的关系非常密切。因此,企业,在构建品牌定位的过程中,需要分析消费者的消费习惯和需求,并且要符合他们的需求,这样才能使消费者逐渐的提高对产品的满意度,才能更好的执行品牌战略。

2 品牌定位的要点分析

2.1 要对消费的对象进行品牌定位

企业在进行市场营销战略时,一定要确定好消费对象。比如以背背佳产品为例,通过一系列的广告视频和广告词的大力宣传,我们就能够知道背背佳产品的目标,客户主要集中在青少年这一方面,可以引导家长重视孩子的体态发展。所以消费对象定位的作用在市场营销战略中不可忽视。

2.2 要将同类产品的特性突出

市场竞争的激烈,同一类型行业的发展压力也越来越大,在如此激烈的竞争中,要想脱颖而出,企业的品牌和产品方面的优势就必须得到重视,企业才能在市场竞争中占据有利地位。通过这些可以了解的,独特的产品定位非常重要,企业一定要在产品中把自己的优势突出,才能获得消费者的认可。随着信息技术的发展,互联网的推动作用更加明显,对于企业的发展更加有利,所以企业在发展的过程中更加重视网络的作用,在网络上搭建购物平台,这也成了一个发展趋势,而且随着物流行业的蓄谋发展,企业与物流行业的合作逐渐加深,运输时间大大缩短,消费者的满意度也得到提高。企业要更加重视互联网的作用,这样才能提高企业的竞争力,促进企业的发展。

2.3 品牌的附加值

品牌的附加值和产品的品牌定位之间联系非常紧密,简单来说就是利益的定位,如果要给对消费者进行一定的定位时,这必须从产品的角度出发,以一些矿泉水品牌来说,他们在宣传的时候都会突出自己的成分,体现出它的自然属性,消费者在了解了这个方面时,这会更加重视这个产品。这就体现了产品附加值的作用,消费者在购买产品时,不仅仅只注重产品本身的好坏,也会去了解产品的附加值,具有哪些不同的特点。现在的消费者对于产品的附加值越来越重视,所以企业就可以通过这个方面来进行利益定位,这样可以帮助企业在行销战略中进行品牌定位,因此,企业要从多个角度出发,深入分析品牌的利益定位,确保企业能够将产品的自身优势在市场中发挥出来,才能促进企业的发展。

结语

总的来说,在激烈的市场竞争中,需要重视品牌定位的作用,对于市场营销战略来说是非常重要的思想和方针,因此,品牌定位在市场营销中的地位非常高,并且在制定产品的营销策略和执行品牌战略等多方面,把这个企业的知名度和产品的知名度提高,让消费者中获得更高的认可,这样企业才能够在激烈的市场竞争中获得更多的优势。

参考文献

- [1]曹斌.品牌定位在市场营销战略中的地位[J].商场现代化,2019.
- [2]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.
- [3]杨启星.品牌定义在市场营销中的意义和应用[J].品牌研究,2020.
- [4]蒋莉丽.市场营销战略中品牌定位的定位分析[J].纳税,2019.

工程造价中的审计风险分析及防范研究

黄碧君

(江西工业职业技术学院 江西 南昌 330000)

[摘要]工程造价简言之就是工程的建造价格。工程造价专业也是中国教育局依据国民经济和社会发展的需求所新增设的热门专业之一,主要学习的理论基础来源于经济学和管理学,是在建筑工程专业发展的基础上形成的新型专业。由于全球建筑行业的快速发展,所以人们对于工程造价审计问题也越来越重视,在工程造价上进行审计环节,是非常必要的,它可以一定程度上避免在工程造价中出现的不好因素,导致审计风险增大,的工程造价造成一定的影响。本文重点是对工程造价审计过程中的风险分析和解决。

[关键词]工程造价;审计工作;防范对策

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-6288.2020.07.719

1 工程造价项目中可能会出现审计问题

任何一个工程从开始到结束,中间过程极其复杂,一个项目的开始,首先应该是策划书,不仅要在账本上进行对工程造价项目的预算、资金,以及计划书和结算,因为工程项目在实际过程中充满了复杂性和综合性,并且大多数人认为工程项目受很多因素的影响,比如人为的和自然的,使得工程项目的过程具有很大的难度。因为工程造价审计工作受很多因素的影响,因素是可变的,使她的审计风险大大的增强了。工程造价风险存在于整个工程项目中,从一开始的策划案,计算,制造和完工,都存在审计风险。与此同时,因为我国社会生产力的迅速发展,我国国际地位,经济实力进一步提高,工程造价审计工作是我国国有经济中重要的一部分,传统的审计工作已经不适应现代化发展的需要,我们必须进一步把工程造价审计工作放在首要位置,国家要制定相应的政策,为社会培养所需的人才,促进我国经济水平进一步提高。

影响工程造价的因素可以分为主观因素和客观因素,主观因素确定如下:

- (1) 策划案和设计方面
- (2) 掌握专业技术的程度
- (3) 工程施工条件与人员的技术水平
- (4) 企业的管理制度

客观因素确定如下:

- (1) 国家政策的影响,涉及环保价格,土地的政策
- (2) 价格因素,通货膨胀,物价上涨,通货紧缩,物价下跌等
- (3) 自然条件的因素,比如气候条件会影响进程,地质条件会影响质量

1.1 审计人员素质低。

审计能源的专业知识不够丰富,在应对突发事件时,没有用理智的头脑去思考问题,没有使得利益最大化,并且大多数基层的审计人员综合素质普遍低,在对

工程造价项目中,可能会出现各种各样的问题,比如隐瞒、贿赂、逃避问题、推脱等,这就要求人们不断提高审计人员的素质。

1.2 工程造价项目出现问题

当建筑工程项目的规模投资比较大,或者建筑工程项目有利于国家政府活动时,工程造价审计人员可能会造成一定的数据误差在项目上,特别是因为审计工作是漫长的,审计人员工作时长,并且建筑工程项目包括了多方面,所以很容易审计人员在建筑项目中出现误差、误差等错误。

1.3 工程造价项目审计方法不正确

在工程造价项目中,审计策划案出来后,施工团队与企业将不断对策划案进行改写,以便达到双方利益的最大化,在项目中,施工团队要求利益最大化,企业要求减少材料成本,所以双方在利益的基础上不断改变和谈论,但是更容易出现数据的偏差和策划质量的降低,所以才会导致工程造价项目审计风险大大增强。因此,企业和施工团队应该采取正确的审计方法在利润方面,双方都要重视审计工作,认识到审计的必要性和存在性。

2 面对工程造价审计风险所采取的防范策略

2.1 建立恰当的审计方法,加强对审计人员素质的管理

面对工程造价审计风险中,我们首先应该制定正确的审计政策,并且增大对审计人员管理的力量。比如对审计人员进行综合素质和实践能力的培训,提高审计人员的思想道德素质和操作技能,以此可以有效的降低或杜绝审计人员在工作时出现的问题。面对基层的审计人员,我们更应该采取针对性较强的管理方法,因为基层审计人员专业知识比较低,对突发事件的应对能力较低,所以使得工程造价审计风险大大增强。我们要不断完善审计方法,建立一套系统的、合理的、有效的审计机制和监督机制。并且要调动审计人员在审计工作中的积极性和主动性,与此同时,制定审计检查机制,使得工程造价中审计方案通过率大大提高。