

# 互联网+时代企业市场营销的优化创新

郭亮

(河南工业职业技术学院 河南 南阳 473000)

**[摘要]**随着当前经济全球化进程逐渐的加快,互联网技术的发展,使得企业的营销模式、管理模式发生翻天覆地的变化,企业想要在激烈的竞争中获得优势,必须保证自身所具备的营销模式处于一个与时俱进的状态,使得自身有着更加灵活的营销方式。在全新的背景之下,对于企业制定市场营销战略而言,必须主动地适应时代发展,同时制定出与适合自身发展的营销战略。本文就立足互联网+背景下,针对企业市场营销做出分析,提供一些建议。

**[关键词]**市场营销;优化措施;互联网+;主要策略

**[DOI]** 10.12252/j.issn.2096-6288.2021.10.2021

随着当前社会不断的发展,我国现代化建设水平也呈现出日新月异的情况,我国经济社会形势与企业发展之间有着密不可分的关系。因为传统的企业管理模式受到时代发展所带来的限制,因此会暴露出更多的问题。在互联网+背景之下,企业在市场营销时不能再依照传统的方式,而是需要主动的结合信息技术平台,由此能够改变传统的营销模式。信息社会发展的速度加快,也使得社会当中有着更加便捷的信息传递模式。特别是在信息时代到来之后,企业在市场营销过程中应当注重传播效应、覆盖面、效益、速度等几个方面,只有不断的扩大覆盖面,才能有效地提高营销效率,为企业带来更多的市场份额,同时进一步的推广自身的品牌,扩大企业在市场当中的影响力和竞争力。随着互联网+时代的到来,企业也需要主动的改变市场营销模式,从原本传统的营销模式逐渐朝着全新的营销方式方面延伸,这样才能提高企业市场营销的整体水平。

## 一、互联网+所具备的内涵

互联网+通常指的是互联网将当前信息化发展作为其中的特点,随后与金融业、商业、工业等有效的结合起来,将创新作为其中的原则。从简单角度来看,互联网+的出现就是要求互联网与不同的企业做好跨界融合工作,将互联网所具备的优势,快速带入到企业发展当中来,将以人为本作为基本的发展思想,打造一个开放的状态,发挥出创新的基本作用,这样才能保证产业的优化升级。目前来看,互联网+的出现,对于我国经济转型起到了良好的推动作用,同时互联网+的出现也引起人们的高度关注。从本质角度来看,互联网+思维作为一种民主化与商业化的思维,在互联网+时代背景之下,很多商品开始利用信息化方式进行销售和生产,同时消费者开始成为产品信息最主要的传播者,并且消费者占据了主导地位。其次互联网+思维也能够不断体现出用户至上这一思维。随着当前互联网发展速度加快,用户至上并不再是一个十分空洞的符号,而是出现消费者作为主导的这一情况。只有保证将用户至上作为基本的工作理念,落实到实际当中来,才能为企业发展赢得优良的口碑,才能保证企业更好地销售。除此之外,互联网+思维之下的服务和产品开始成为一个有机的整体。

## 二、互联网+时代的到来对于企业营销策略所带来的影响

在传统营销当中,主要采用的是人和人之间直接的互动模式,比如一些企业利用印刷墙广告等方式为企业宣传造势,一些专卖店采用的是现场促销模式。随着当前互联网技术逐渐的发展,使得世界经济发展模式也发生翻天覆地的变化,网络带来了更加发达的营销方式,更多的企业开始将计算机技术应用到日常的营销当中,并且利用网络进行宣传,不仅能够降低传统营销所消耗的人力资本,同时也能扩大其所涉及到的范围。除此之外,在一定程度上为企业带来更多的知名度。因此可知,互联网的发展使得企业的市场营销模式发生巨大的变化,主要是由下述几个方面表现出来:

一是随着当前新媒体技术的出现,促使互联网技术发展速度加快,网络购物更加快捷,为市场营销提供了全新的思路。因为我国有着数以十亿计的网民,因此有着巨大的网上购物数量。当前电子商务逐渐发展,为企业带来全新的宣传平台,不仅能够降低企业在宣传时所消耗的人力成本,同时在建立大数据平台之后,企业也能主动地掌握消费者所出现的消费倾向,并且深入的了解消费者所提出的消费需求。采用有针对性的方式,制定可靠的营销战略,这样才能保证企业在市场当中获得有利的竞争力。

二是当前新技术逐渐的发展,产品流水线作业方式被不断的普及,流水线作业模式不仅能够提高企业所具备的生产效率,同时也扩大产品的生产规模。目前来看,很多企业为了保证自身在市场当中具备强有力的竞争力,会主动地提高产品所具备的质量,并且突破原本的营销思维,使得当前所采用的营销模式能够体现出自身的文化。行业产品更新换代速度较快,这种情况的出现,不仅对于企业所具备的研发能力提出极高的要求,同时也要求生产部门牢牢的紧跟市场发展周期,合理的安排产品生产过程。除此之外,更多的企业为了避免出现大量存货的情况,也会深入地研究市场所提出的具体需求,采用更多的方式,来扩大市场当中的需求,保证市场可以在更新换代的同时,自己的库存被全部的销售,这样也要求营销部门把握良机,并且对于营销模式进行创新。

三是互联网的应用,保证信息朝着透明化方向转变。企

业当中的任何风吹草动都可以利用互联网被快速的传遍到社会各个角落。在企业生产过程中，不应当将目光局限于利润最大化，而是需要保证企业获得大量的利润同时，也保证自身在市场当中具有良好的影响力，并且扩大自身在社会当中的知名度。目前工业化进程逐渐的加快，社会发展也有着较高的程度，如果过度的索取自然环境，那么就会导致人与自然难以共处，当前人们生活水平大幅度的提高，他们更加关注与自身利益相关的环境。此时企业在进行营销活动时，需要从社会公共利益出发，不能将利润作为唯一的准则，而是需要通过有效的营销活动，帮助企业在市场当中树立正面的形象，这样才能使企业在市场中具备极高的知名度。

### 三、互联网+时代之下企业市场营销优化的有效策略

#### (一) 优化产品策略

随着当前市场经济体系日益的完善，如果采用传统的市场营销方式，那么就会被时代所淘汰。随着当前互联网+时代到来之后，企业需要将人们所提出的需求作为其中的导向，这样才能保证企业之间的竞争，不仅仅是产品功能和消费者诉求之间的竞争，而是逐渐转变成极致的用户体验和便捷的服务竞争。对于广大企业而言，对于产品进行创新有着至关重要的重要性，此时需要从功能角度逐渐转变成服务角度和用户需求角度，这样才能更好地满足消费者所提出的多元化需求。在日常生产过程中，因计划经济存在盲目性。所以我们需要打破这一情况，更加强调用户的个性化需求和产品体验。生产产品并不是由企业单方面所负责的事情，而是确保所有用户能够积极主动参与其中，只有这样，才能保证企业所开展的市场营销活动得以顺利的进行。互联网+时代背景之下，不仅能够保证企业发展速度加快，也使得客户对于企业的服务和产品提出极高的需求，在这时就要求企业对于自己的服务水平进行提高，做好产品创新工作，这样才能充分的满足客户所提出的相关要求。从企业角度来看，互联网+的出现就好比像双刃剑，此时要求企业主动的了解市场情况，并且掌握用户的基本句，同时在这个基础上制定一套有针对性、系统化的服务和产品，提高企业在市场中所占据的份额，这样才能保证企业获得较高的经济效益。

#### (二) 优化分销策略

在企业销售产品过程中，分销作为一种成功且常见的销售方式之一，并且开始被更多的企业所接受与采纳。因为受到传统的销售模式所带来的影响，企业在销售产品过程中主要是通过批发商、经销商、厂商等多种渠道来销售产品。互联网+时代的到来，使得传统的销售模式被淘汰，网上直销开始成为最主要的分销方式，这就使得网上直销成为最常见的手段，不仅可以保证企业直接的面向全体的消费者，同时也可以保证产品的下单、浏览、付费、配送等多个环节得以简化。通常来看，网上直销能够使企业的大量库存得以降低，

同时也能削减销售时所消耗的成本。与此同时，通过网上直销的方式，消费者可以花费更少的价格来获取自己更加满意的商品，不仅能够减少购物所消耗的时间，同时也能获得极好的购物体验，保证企业得到全面的发展。

#### (三) 优化价格策略

当前互联网+时代到来之后，更多的企业开始利用互联网+推进市场营销工作，这就使得原本由企业所主导的市场价格转变成将消费者可以接受的价格，对产品进行了有效的定价，并且实现了产品的销售和生产。在这个过程中，消费者逐渐转变成了产品定价的主导者，此时企业需要了解消费者所提出的价格底线，网络销售的出现，也能深入的了解消费者对于不同产品所具备的接收能力。在这个情况下，针对不同的用户，对于价格进行优化，保证企业在市场当中的市场营销效率得以充分的提高。

#### (四) 优化促销策略

在传统的营销过程中，物体产品买卖实际上并不是由双方所决定的，往往是借助于某种“桥梁”来与客户完成一些交易，这就会导致很多顾客未能对于企业具备极高的忠诚度，同时也会在这一过程中花费更多的成本。随着互联网+时代的到来，在这时企业可以针对用户情况，为用户提供多样化的选择，同时顾客可以选择自己比较心仪的企业，这也成为一个双向选择的过程。利用互联网的技术，消费者可以与其他销售人员做好联系工作，这样可以更好的掌握和了解企业情况。对于其中一些难以理解的问题，企业需要及时做出解答，并且对于销售方案进行调整。这样使得促销成本得到大幅度的降低。在当前互联网+背景之下，企业可以利用网络的方式宣传产品，使得市场的营销成本得以降低。

## 四、结语

综上所述，互联网+与人们的日常生活有着密不可分的联系，在当前市场竞争当中，企业想要获得胜利，那么就需要主动地顺应互联网+的潮流，不断的优化、改革当前的市场营销模式，这样才能达到理想的营销效果，保证企业得到更好的发展。

### 参考文献

- [1]孙慧敏.基于“互联网+”的企业市场营销模式创新研究[J].中小企业管理与科技(上旬刊),2021(12):70-72.
- [2]高耀东.“互联网+”背景下的企业营销战略管理[J].现代企业,2021(11):158-159.
- [3]郝巧.基于“互联网+”的市场营销模式创新研究[J].老字号品牌营销,2021(08):75-76.

作者简介:郭亮(1988—),男,山西壶关人,硕士研究生,助教,研究方向:电子商务、跨境、网络营销方向。