

# 数字营销时代企业销售渠道的融合发展探讨

倪春玲<sup>1</sup> 倪春燕<sup>2</sup> 邱先艳<sup>2\*</sup>

1. 湖北中烟工业有限责任公司; 2. 武汉南洋大华商贸中心

**摘要:** 数字营销时代, 市场环境发生变化, 企业的发展也要顺应时代潮流, 积极改革, 探索更多的销售渠道, 才能保证企业的稳定发展。同时, 面对新的市场环境和客户群体, 企业也要不断创新销售模式, 适应当下市场的发展需要。本文将针对数字营销时代, 企业的销售渠道拓展进行分析, 目的在于促进企业各种销售渠道的有机融合, 全面推进我国企业的健康发展。

**关键词:** 数字营销时代; 销售渠道; 融合发展

【DOI】10.12252/j.issn.2096-6288.2023.11.202

企业作为我国国民经济的重要参与者, 承担着社会主义经济发展的任务, 而伴随时代的变化, 企业的发展也面临着新的挑战与机遇。任何企业运营的目的都在于获取一定的利益, 因此, 销售渠道的拓展和选择对于企业发展而言是十分重要的, 而面对当下数字营销时代, 企业需要不断调整自身的销售渠道, 以适应当下的市场发展模式, 从而促进企业的健康发展, 为我国社会主义经济的发展添砖加瓦。

## 一、数字营销时代企业销售渠道发展趋势

### 1. 销售渠道逐渐向线上转移

伴随网络信息时代的到来, 企业在营销方面逐渐向线上转移, 这是市场经济发展带来的必然结果, 也是数字时代到来带给企业必然的转变, 销售渠道的转移代表着销售方案和销售重点的改变, 就传统烟草行业的卷烟销售而言, 作为生产企业, 在进行产品销售过程中, 也要不断加快销售渠道的融合, 以适应当下市场形式的方式开展销售, 对于企业来说, 线上销售渠道的构建并非简单地开通一个网店或建立一个官方网站所能涵盖的。这需要企业对目标客户的需求和消费习惯有深入的了解, 通过数据分析和挖掘来制定更为精准的营销策略。同时, 线上服务的质量与水平也是至关重要的, 优质的客户体验和满意度是留住老客户、吸引新客户的基本保障。

### 2. 传播渠道向多元化和社交化转移

伴随数字营销时代的发展, 线上销售渠道也逐渐丰富, 从最开始简单的线上销售已经逐渐向多元化和社交化转移, 企业通过各种途径激发消费者的购买欲望, 让消费者的消费行为变得更加自然, 尤其对于一些传统行业而言, 这种自然的刺激方式更能引起消费者的共鸣。在这个多元化的传播时代, 企业需要打破传统思维, 不再局限于单一的广告渠道, 而是要采用多种多样的传

播渠道来传递品牌信息。例如, 社交媒体、网络广告等多元化的数字营销渠道, 可以让企业更加精准地触及目标受众, 与消费者进行互动和沟通。同时, 社交化也是企业传播渠道变革的重要趋势。在数字营销时代, 社交媒体已经成为人们日常生活中不可或缺的一部分。通过社交媒体平台, 企业可以与消费者进行直接的互动和沟通, 了解消费者的需求和反馈, 并据此调整产品和服务。此外, 社交媒体还可以让企业更加快速地了解市场动态和竞争对手的动向, 从而做出更加明智的决策。

### 3. 销售渠道与传播渠道融合更加紧密

相比之前企业销售渠道和传播渠道相互独立的情况, 数字营销时代将二者更加紧密的结合到了一起, 传播渠道中蕴含着销售行为, 销售过程中也隐藏着品牌的宣传, 二者的结合有力的推进了产品的销售, 让产品销售渠道更加宽阔, 更加有利于产品的营销和宣传。这种结合是数字经济时代带来的必然结果, 也是符合当下市场环境要求的, 这种结合有利于企业获取更多的销售份额, 也是符合当下消费者消费习惯的一种渠道, 在这个时代, 企业需要紧跟时代步伐, 不断探索新的数字化渠道和营销方式, 以适应市场的变化和客户的需求。只有掌握好这种融合之道, 才能在激烈的市场竞争中立于不败之地。因此, 企业需要展现出足够的创新力和行动力, 才能在数字营销时代大放异彩。

## 二、数字营销时代企业销售渠道融合发展存在的问题

### 1. 营销渠道选择不合理情况

数字营销时代, 传统销售渠道的改变已经成为必然, 在这个过程中, 必然存在一定的不合理情况, 就营销渠道选择方面, 一些传统企业仍然采用传统的营销方式, 我们以烟草生产企业为例, 烟草企业作为国有企业, 虽然性质上区别其他企业, 但也是市场经济参与的

一分子，也要经历市场经济的洗礼，而在营销方面，还是采用过去的方法对口营销，这种营销方式是不利于企业发展的，即使部分企业已经认识到应该加快与现代销售渠道的融合，但在渠道选择上却是不尽如人意的。首先，过于追求热门或趋势性的渠道，而没有考虑到这些渠道是否适合自己的产品和目标受众。这样的做法可能会浪费大量的时间和资源，而最终的转化效果却并没有达到预期。此外，一些企业在选择营销渠道时，缺乏长远的规划。只关注短期的效果，而没有考虑到这些渠道是否符合企业的长期战略和目标。这样的做法可能会对企业的未来发展产生负面影响，使企业难以实现长期稳定的发展。

### 2. 营销渠道选择不符合当下时代发展要求

数字营销时代的销售渠道选择，其根本目的在于满足当下市场和消费者的需要，选择适当当下市场环境的销售渠道，才能更好的获得消费者的青睐，而对于部分卷烟生产企业而言，营销渠道的选择并不符合当下时代发展的要求，这对于企业而言是非常不利的，长此以往，会让企业收到毁灭性的打击，最终被市场经济淘汰。在数字营销时代，企业要想在市场竞争中立于不败之地，就必须紧跟时代步伐，不断更新营销观念和手段。传统的营销渠道已经无法满足当下时代的发展要求，企业需要积极探索新的营销渠道，以更好地实现数字化营销。基于当下时代背景，卷烟企业要通过合理运用社交媒体平台、搜索引擎优化、内容营销等多种手段，提高自身的营销效果和品牌价值。在这个充满机遇和挑战的时代中，企业只有不断更新观念和手段，才能在市场竞争中立于不败之地。

### 3. 营销渠道相应配套不完善

数字营销时代，企业要加快销售渠道的有机融合，需要具有相应的配套意识和行为，才能满足数字营销的渠道拓展要求，尤其是对于卷烟生产企业而言，这种传统老大哥的企业，在面对新时代营销渠道拓展过程中，还是存在很多配套不完善的情况，主要表现在，企业在数字营销时代中常常缺乏对新型渠道的充分认知和有效利用。在当前的数字时代，营销渠道不再仅仅是传统的广告投放和搜索引擎优化，而是包括社交媒体、短视频、电子邮件等多种方式。这些新型渠道以其独特的互动性和广泛的覆盖面，为消费者提供了更加便捷和丰富的信息获取途径。然而，一些企业往往忽视了这些新型渠道的重要性和利用价值，导致错失了与消费者建立

更紧密联系的机会。此外，企业在数字营销时代中还常常缺乏对营销渠道的整合与协调。在多元化的营销渠道中，各种渠道都有其独特的优势和局限性。然而，一些企业只是简单地将各种渠道进行堆砌，没有考虑到不同渠道之间的相互影响和协同作用，导致营销效果无法达到预期水平。

## 三、数字营销时代企业销售渠道融合发展策略

### 1. 充分考察市场，科学选择营销渠道

数字营销时代，企业要生存要发展，就必须改变过去传统认知，以适合数字时代的方式开展销售渠道拓展，立足自身产品特点，充分考察市场，以更加充分的了解消费者的需求和市场动向，才能准确把握自身产品的定位，更好的开发产品，满足市场和消费者的需要，更好的实现企业利益的获取。其中，对于市场的考察，科学选择销售渠道是非常重要的，对于卷烟生产企业来讲，要准确把握消费者的习惯，例如当下细支烟在市场上相比传统粗支的香烟就更受到消费者的欢迎，而且在价格上也比传统粗支烟略高，这就是市场发展所带来的结果，二十年前可能市场上没有细支香烟，而如今粗支香烟的落寞就是时代发展的结果，因此，企业要根据自身的特点和产品特点，灵活地选择适合自己的营销渠道，对于卷烟生产企业而言，将营销重心放在线上渠道，可以节省成本，提高效率；而对于一些新兴的互联网企业来说，线下渠道则更为重要。不同的渠道选择，就好像企业接受市场信息的天线，使企业能够更全面地接触潜在客户，扩大品牌影响力。此外，对于数字营销时代而言，线上经济已经比传统实体经济繁荣，企业要充分利用线上资源，开发线上客户，满足客户的消费习惯。同时，企业还要善于利用新兴的数字营销工具和手段，通过平台，企业可以发布优质的内容，吸引更多的目标客户关注和互动，提高品牌知名度和美誉度。

### 2. 提升管理效率，强化企业营销战略水平

数字营销时代，企业要不断加快销售渠道的融合，以适应当前的市场发展形势，销售渠道的有机融合，一方面来自企业内部管理的强化，另一方面则来源于企业营销战略水平，企业发展战略的制定直接决定企业营销的成败，这对于企业而言是至关重要的。在面对数字营销时代，首先，企业要利用数字化工具和平台可以极大提高管理效率。客户关系管理系统可以集中管理客户信息和沟通记录，让我们更好地了解客户需求和行为，从而提供更个性化的产品和服务。同时，通过数据分析

工具对客户数据进行深入挖掘,能更好地理解客户偏好和行为模式,从而制定更精准的营销策略。其次,企业需要注重市场调研和分析,市场动向对于企业的重要性不言而喻,企业要获得发展获得利益,就要紧跟市场动向,根据市场调整自身的生产方案和战略目标,通过定期对市场进行调研和分析,可以及时了解市场趋势和竞争对手的动态,从而调整产品和服务策略。此外,加快多种销售渠道的融合也是非常必要的,当下较为火爆的短视频平台、传统的公众号以及一些受众巨大的社交媒体,都可以成为企业销售渠道拓展的目标,通过这些渠道和资源的整合,可以为企业提供行之有效的营销方案。总之,在数字营销时代,企业需要不断提升管理效率并强化企业营销战略水平,通过利用数字化工具和平台、多渠道营销,企业将能够更好地适应市场需求并提高竞争力。

### 3. 顺应时代潮流,构建个性化销售渠道

伴随时代的发展,私人订制成为这个时代独特的标签,无论是企业的发展还是个人的选择,私人定制的因素充斥着这个社会,私人订制往往给人高端大气上档次的感觉,实际上其本质还是满足每个人的不同需求,尤其是在这个张扬个性的年代。就卷烟生产企业而言,在产品研发和销售渠道拓展中,也要不断追求私人定制,这种私人定制能够满足消费者一定的心理预期,让消费者感受到自己的与众不同,在如今这个时代,小众这个词逐渐被大家所接受,其蕴含着更多高端的因素,因此,卷烟企业要构建个性化的销售渠道,区别于同行业,才能在行业竞争中获得优势。首先,卷烟企业需要深入了解目标客户的需求和偏好,例如很多吸烟者喜欢不同口味的香烟,企业可以通过在香烟中添加不同口味的烟嘴实现,也可以时尚的加入爆珠,满足吸烟者猎奇的兴趣,此外,通过大数据分析和人工智能技术,企业可以收集并分析客户的行为、兴趣、购买习惯等信息,以更精准地定位目标客户群体;其次,企业需要根据目标客户的特点,选择合适的销售渠道。对于年轻一代的消费者,对于品质和奇特的香烟可能比较感兴趣,而对于中老年人,可能更在乎的是情怀和香烟的价格,因此,企业要充分了解消费者的心理和对于产品的侧重点,才能不断满足客户的要求,实现企业销售目标的达成。

### 4. 不断完善营销渠道配套体系

营销体系的不断完善,对于加快企业销售渠道的融

合具有重要作用,这是企业开展销售渠道融合的基础和保障,只有相应的支持到位,才能达成渠道融合的目标。首先,对于卷烟生产企业而言,要积极拓宽数字营销渠道,铺设包括社交媒体、搜索引擎、微信公众号等多元化营销路径,以满足不同消费者的独特需求。同时,根据各渠道的特性,企业精心策划相应的营销策略与方案,使得营销效果得以充分发挥。其次,企业要重视建立与完善客户服务体系,无论是客户服务热线、在线客服还是售后服务,都在为满足消费者的需求与解决他们的疑虑提供专业服务。例如客户买到某产品的假冒香烟,企业要立足消费者角度,帮助消费者解决问题,培养消费者的产品忠诚度。同时,企业还要搭建精细的营销数据分析体系,运用数据挖掘与数据分析的方法,深入理解消费者的需求与行为特点,优化营销策略与方案,进而提升营销效果与投资回报率。此外,企业也关注供应链管理体的完善,优化库存、物流与销售等环节的管理,以确保产品的品质与交货期,同时降低成本并提高效率。

### 结束语

数字营销时代,企业发展必须要顺应时代发展潮流,优化销售渠道,促进销售渠道的高度融合,同时,要不断提升企业的核心竞争力,打造属于自身企业的个性化营销渠道,才能在激烈的市场竞争中立足,才能保证企业发展的长治久安。

### 参考文献

- [1] 魏琳; 阴健. 浅谈数字营销时代销售渠道和传播渠道的变化及企业的应对措施[J]. 广西质量监督导报, 2020, (03): 235-236.
- [2] 李玲. 基于渠道与品牌共同竞争背景的企业销售渠道优化实证分析[J]. 商业经济研究, 2016, (22): 27-29.
- [3] 黄雅梅. 互联网时代企业销售渠道整合问题研究[J]. 信息系统工程, 2014, (12): 112-113.

### 作者简介:

倪春玲(1974.08-),女,湖北武汉人,大专,中级营销,湖北中烟工业有限责任公司,研究方向:营销。

倪春燕(1972.06-),女,湖北武汉人,大专,助理政工师,武汉南洋大华商贸中心,研究方向:人力资源。

邱先艳(1975.09-),女,湖北武汉人,大专,营销师,武汉南洋大华商贸中心,研究方向:营销。