

运输企业在网络经济时代下的市场营销战略新思路

盛鑫

(南昌职业大学 江西 南昌 330004)

[摘要]随着经济和科学技术的不断发展和进步,目前我国正处在网络经济的时代,以网络技术为代表的新技术,为运输企业制定市场营销战略提供了新思路。运输企业以整个市场环境为背景进行数据调研,通过了解市场的基本形态以及客户的需求,可以制定出更加有效的营销方案。同时,企业要不断的改变以适应网络时代,在与客户交流和交易过程中逐步的完善关系和巩固客户。在企业管理方面要创建具有凝聚力的团队,增加员工对于企业文化的认同感。因此,运输企业如果能更好地利用网络经济时代的机遇,将增加自身企业的竞争力,实现经济的稳步增长。

[关键词]网络经济时代;运输企业;市场营销

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-627X.2020.08.426

1 利用网络技术建立数据库

运输企业在进行市场数据调研所得出来的规律有利于营销战略目标和方案提供基础思路。暂时目前仍有很多的企业并没有认识到这一重要性,也忽视了数据调研,其主要原因是因为运输市场本身庞大,所拥有的数据实在太多,企业如果要对这方面进行调查,涉及的范围将十分广泛,同时需要巨大的时间成本和人力成本。在网络经济时代中,为了高效的完成市场调研工作可以采用以下的方法。首先在运输企业内部管理中可以设立专门的调研工作组织,成立这个组织要保证人员的专业性,在市场上能够对运输的产品、相关的运输要求、运输的路线以及顾客进行全面的调查。关注运输工作时所需要的时间成本以及人力,调研运输路线有利于考察出最佳路线,这样运输会更加高效并且大大降低成本。市场营销方面其最终的人员目标就是客户,所以积极的与客户进行交流沟通,通过调查客户对于企业的真实评价,有利于增加他们对于企业的品牌忠诚度。上述工作量的进行十分的庞大,所以如果仅仅依靠人力进行调研,将会耗费巨大的人员精力与时间成本,但是这项工作如果能依托于网络技术来完成,效率就会大大提升,并且能够相当快速且准确的得到想要的信息。例如,想要得到顾客的反馈情况,可以采用网络问卷的形式,根据网络地图以及各个路段的情况,就可以直接测算出最佳的运输路线,利用网络的快速算法可以精确且准确的明确市场需求和价格来制定价格适应市场。总而言之,利用网络技术不仅能够高效、快速以及长时间的保存市场数据,根据这些市场数据可以为企业总结市场规律,从而促使企业不断的进行改革与发展。

2 建立智能化营销方式

在网络技术时代的背景下,产生了电子商务这一新兴的产业,并且随着电子商务的日渐发展,同时带给了运输企业发展的新机遇和新挑战。运输企业会面临大量的订单,这时就会产生许多需要被记录的订单数据,如果仅仅利用人工来记录这些数据是十分耗时耗力的,所以就可以利用网络技术的手段高效地完成这部分工作。运输企业针对科技的发展要实现智能化的改革,这一举措将有效的推动企业高速发展。运输企业为了达成智能化这一目标就需要在运输过程中采用通讯技术,在交易过程中利用电子支付,以网络数据库来进行对数据的记录与整理,并且将供货商、中间商、零售商三者融入这一信息体系之中,就能使整个流程更加科学高效。除此之外,运输企业也可以利用网络技术来提高设备的水平,使得运输储存方面更加智能高效,加速企业的转型升级。

随着现代社会人工智能和大数据的迅速发展,各个企业在营销方面也作出了不同的决策。通过网络上的数据来进行整合分析,不仅能够精准的获得每位客户的需求,还能够统计出运输行业在市场上的需求量以及客户对运输服务行业的评价。通过这些数据,各企业可以制定出相应的方案,并且利用网络中的各大平台向客户推荐最优运输方式,以便在保证固定客户的同时,吸收新客户。同时在现在智能化发展的时代,各企业可以同时在线上和线下的品牌推广,通过网络来提高品牌的名度,并且能够及时从网络上得到客户的反馈,为后续的发展提供信息来源。

3 加强对客户关系的管理

在现如今高速发展的网络信息时代,人们获取信息的途径也更加多样化。正如在运输企业中,人们由原来的线下购买和线下运输体验的调查,发展到利用网络平台来实现全面营销和回馈调查,从而帮助客户提供一个更快捷、更方便的运输体验服务。与此同时,充分利用网络数据也能给企业带来极大的方便。它不仅仅能够帮助企业通过客户的反馈信息来统计出相应客户的特征以及客户服务需求,以便相关企业能够及时做出方案调整,从而做出最优的策划方案。因此,在这一智能化发展的前提下,为了能够协调企业的客户关系管理,首先,各企业就应该实行分区管理各大运输市场,并且在各区同时设立一个主要负责人。通过这个主要负责人来针对企业各运输方面事物分别进行管理策划,尤其是各分区在互联网平台与客户的沟通方面。各负责人可以在网络平台上通过定期对客户的需求进行了解并沟通,充分了解和认识到不同客户对于运输行业的意见及态度。然后针对不同客户的需求就可以给出合理优化的应对措施。其次,在了解客户需求的同时还应该加强运输企业在运输服务行业的保障,不断优化企业自身的运输服务的质量。因此,通过网络

信息平台来了解客户对于运输服务的评价及意见后,企业方面要能够及时对客户的意见反馈做出相应的回应。要尽量保证在网络经济时代下,能够利用网络在为客户提供方便的同时,也能保证企业的经济发展。所以,加强对客户关系的管理不仅能够解决客户的一些问题,从而增强客户对运输服务的体验感和信任,同时还能够提高运输服务行业的服务效率。

4 施行多元化的营销策略

目前在运输市场上,市场需求在不断的的发展和增加,市场对于营销战略也进行了多元化、多角度的改革创新,这也为运输企业的发展提供了源源不断的发展和前进的动力。运输企业通过精心打造自身的品牌形象,同时提高自身的品牌效应和影响力来实现市场营销战略多元化发展。目前运输企业通过新闻媒体以及有关网络平台来为自身打广告,进行广告宣传推广,期望这样能够在消费者的心中留下一个良好的企业形象。随着运输企业对企业自身品牌的宣传力度不断增加,运输企业在人们视野中出现的频率也越来越高,同时人们对于运输企业也有了进一步的了解和认识,从而也能对有关运输企业产生信任感,运输企业只有在得到人们拥护和信任之后,企业的销售量才能不断地增加。其中买赠的销售活动在现实生活中比较常见,买赠活动看起来似乎与运输企业关系并不大,但实际上买赠活动也同样适用于运输企业,一次别出心裁的买赠活动可以给消费者带来眼前一亮的感觉,也可以激发消费者对运输企业产生兴趣,从而可以激发消费者的消费欲望,也能增加运输企业的营销收益。运输企业与其他商业企业也一样,市场销售对运输企业起着至关重要的作用,不同的是运输企业销售的是他们的服务,同时通过服务要想获得尽可能多的收益,所以运输企业应当尽可能多地提升自身的销售量。近距离销售对于运输企业来说也同样适用,近距离销售就是维护和联系与客户之间的关系,通过这种营销活动使客户更加了解自身企业的产品,也能增加企业自身在客户心目中的好感度,从而获得客户的拥护和信任,同时也能保证销售量的平稳增加。随着经济的飞速发展和互联网技术的快速发展,互联网成为运输企业进行市场营销的一项重要手段,通过互联网技术运输企业就可以建立起自己的销售网络,同时可以运用信息技术进行大数据分析,对目标客户信息进行分类汇总和用户追踪,更加全面地掌握客户的信息,这样就能及时为客户提供最佳方案,也可以挖掘出一些潜在的目标客户。通过定时向客户发布一些与自身相关的信息,加强与客户之间的交流和沟通,使客户能够对企业的了解不断加深,在客户心目中树立良好的企业形象,从而取得客户的信任。

结语

现在运输企业要想尽可能多地获取利益,运输企业应该对其自身的市场营销上的战略思路进行相应的创新,同时需要建立起一套全新的市场营销战略进行市场营销,也需要从多角度、多方面进行创新发展,通过更好地为客户服务、提升自身的品牌形象、维护企业与客户之间的关系等角度来建立新的市场营销战略,这样一来,运输企业才能适应当今时代的发展,企业自身的品牌形象也能得到提升,在行业中自身的竞争优势也会更加显著,运输企业的收益就会得到很大提高。

参考文献

- [1]杜晓峰,王映.新时期电子商务环境下企业的市场营销模式探讨[J].中国商论,2020,(12).80-81.
- [2]谭志海.新经济背景下企业市场营销战略新思路探讨[J].中国市场,2019,(6).135-136.
- [3]张琳.铁路运输行业主要矛盾的新变化及应对策略[J].理论学习与探索,2018,(3).63-65.
- [4]魏开放,沈辉.“互联网+交通运输”环境下物流运输企业面临的机遇与挑战[J].物流科技,2018,(10).91-94.
- [5]刘叶琳,胡颂平.如何做好网络时代交通运输行业舆情危机应对工作[J].新闻传播,2018,(10).60-61.
- [6]朱孟高,谭冬冬.公铁联运物流园区需求调研与市场定位探讨[J].铁道运输与经济,2018,(6).53-58.