

中小企业市场营销能力的提升策略初探

李洪梁

(山东省济南市历城区山东现代学院 山东 济南 250100)

[摘要]对于中小企业来说有效的市场营销能够扩大企业的销量,提高企业产品的市场占有率,扩大企业的利润,是中小企业发展中重要的战略。而由于中小企业在资金以及管理方面存在的不足,使得其市场营销能力也无法得到有效的提升,因此本文首先分析中小企业市场营销的现状,随后提出具体的对策建议,希望对中小企业的发展有所帮助。

[关键词]中小企业; 市场营销能力; 提升策略

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-627X.2021.04.1415

随着我国市场经济的发展以及外部市场环境的变化,中小企业要想取得有效的生存,获得更高的利润空间,必须进行有效的市场营销。而对于众多中小企业来说,在市场营销中普遍存在着相应的问题,不利于企业综合竞争力的提升以及市场占有率的扩大,因此研究中小企业市场营销能力的提升策略具有重要的理论以及现实意义。

一、中小企业市场营销中存在的问题分析

(一) 市场营销观念落后

首先从小企业的市场营销观念来看,我国大多数中小企业仍在使用传统的营销理念。目前,市场产品的供不应求,但许多中小企业仍然认为,流行产品将不可避免地受到市场的青睐和欢迎。在制定中小企业的营销策略时,他们会盲目考虑市场上最受欢迎的营销模式。但是,这些营销理念导致企业产品的不断积累,销售业绩地显着改善以及资金返还的延迟,这使企业难以开展业务,并且不利于企业长期经营。尽管改革开放已有数十年,但我国的市场经济体制已逐渐成熟,中国企业已从计划经济进入市场经济自由竞争的时代。然而,现阶段许多企业管理者的思想还没有跟上时代的发展趋势。该方面显示出严重的“短腿”现象。特别是在某些中小企业中,经理对营销的理解只停留在概念上,而营销却没有在实践中实施,导致营销效果差,企业效率低下^[1]。

(二) 企业营销手段陈旧落后

其次在营销手段方面,许多中小企业的营销部门已经不太重视现代营销方法的使用,并在工作发展中继续使用传统的营销模型,这限制了企业掌握市场信息的能力,并导致决策失误。许多中小企业盲目地跟随趋势,在进行市场营销工作时没有考虑中小企业自身的情况和市场环境的特征,因而无法发挥自己的主动性。例如,中小企业现在有大量的折扣和促销活动,一些中小企业经过详细的市场分析和研究后提出了自己的营销计划,也有一些中小企业盲目跟风,盲目地跟随趋势是过时和落后的中小企业营销方法的体现。

(三) 市场营销工作人员综合素质较低

最后中小企业市场营销人员的综合素养仍然有待提升,中小企业的营销人员素质相对较低,无法满足中小企业发展的客观需求。营销人员的整体素质相对较低,特别是对于某些生产者而言,他们认为行销等于销售,在这种误解的指导下,人们通常缺乏市场关注,没有兴趣和时间来学习和掌握营销科学。这种严重的专业人才短缺导致了企业营销效率低下的问题。大多数中小企业重视营销中的即时收益,而不是从长期发展的角度来对待它们,在业务管理中市场营销处于较低的位置。

二、中小企业市场营销能力的提升策略分析

(一) 树立网络市场营销观念

首先,要求中小企业能够有效地建立网络营销的概念。为此,中小企业必须建立以消费者为中心的服务部门,收集和整理相关信息,了解消费者当前的消费需求,并根据消费者的需求设计、开发和生产中小企业产品,为消费者提供优质的产品和服务。此外,公司必须使用互联网以及多媒体进

行在线营销。与传统的营销方式相比,网络营销面对不同的客户群体,传播范围更广。随着越来越多的客户群体能够理解和购买产品,使用在线营销平台进行产品营销的方式得到了改进。当前,在新时代的背景下,全球经济结构正在向整合发展,企业市场的变化步伐越来越快,企业面临的不确定因素也越来越多。因此,只有通过积极使用互联网媒体技术,改变现有的实体营销观念,创新网络营销模型,将现有的被动营销转换为主动网络营销以及积极地赢得企业市场的领导才能实现销售业绩提升的目的^[2]。

(二) 树立良好的服务营销理念

在新经济的背景下,中小企业必须积极改变服务营销的概念,并以消费者的观念代替传统的管理观念。许多生产技术和理念已经普及,产品同质化现象越来越严重。如果公司要在产品上取得突破,则应注意其产品的个性化功能和服务。公司必须在未来的服务营销中关注消费者,以满足消费者的个人需求。这始于消费者的心理需求,并根据消费者的消费趋势和需求提供相应的产品和服务。公司在制定销售策略时,应注意产品的个性化和多样性以吸引消费者,使消费者有更多选择并购买中小企业产品。例如,许多手机制造商通过手机市场调查了解用户的需求,并根据消费者的需求设计手机产品。在服务营销阶段,满足手机用户的个性化需求。因此,在新时代的背景下,企业需要树立良好的服务营销理念,以消费者需求为出发点,推广产品的个性化功能和服务,满足消费者的消费需求,提高销售业绩^[3]。

(三) 提升营销队伍业务水平

最后中小企业需要从人才队伍入手,只有建立一支健全的中小企业营销团队,才能提高中小企业营销工作的水平和效率,从而最大限度地提高中小企业效益,最终促进中小企业健康可持续发展。在此阶段,大多数中小企业的营销人员的专业水平和整体素质较低。尽管销售人员非常努力,但由于缺乏专业知识,他们无法成功完成销售目标。因此,中小企业的营销人员必须具有专业的知识结构、较高的整体素质、及时的创新精神以及丰富的营销经验。只有这样,他们才能真正了解消费者的客观需求。

三、结语

总而言之对于中小企业来说进行有效的市场营销,有助于提高企业的市场占有率,扩大企业的盈利空间,对企业的长期稳定发展具有较大的帮助作用。因此企业需要加强对营销人员进行培训,树立良好的营销理念,使得企业的市场营销水平能够得到提升和发展。

参考文献

- [1]刘智.中小企业市场营销的创新策略研究[J].现代营销(下旬刊),2013(5):103-103.
- [2]谭耀卿.中小企业的市场营销策略研究[J].商场现代化,2016,000(023):50-51.
- [3]钱冠群.浅谈我国中小企业市场营销能力的提升[J].中国商论,2013,000(027):46-47.