

基于新经济时代背景下企业市场营销新方式

都敏

(黑龙江财经学院 黑龙江 哈尔滨 150025)

[摘要]随着市场经济的不断发展,市场营销是保证企业正常运转的重要环节之一,良好的企业市场营销能够大大提高企业的经济效益,在激烈的市场竞争中占据优势,树立起非常良好的企业形象。就此,企业应当顺应时代的发展,及时更新企业市场营销方式,推动企业的发展与进步。

[关键词]新经济;企业;市场营销;新方式

【DOI】10.12252/j.issn.2096-6288.2021.05.2292

一、新经济时代背景下企业市场营销的重要性

企业在自身的发展过程中,通过市场营销工作质量的不断提升,企业经济效益将会得到非常显著的提高,企业所生产的产品在市场中的认知度也会更高。因此,任何一个行业中的企业对于市场营销工作的重视度都很高。通俗一点来说,所谓市场营销即指的是将商品的制造商、批发商以及销售商进行有机结合,对商品销售的每一个过程进行明确的分工,在此过程中,企业可以采用多种有效的营销方式,将商品制造、销售各方紧密结合,确保商品的销售达到最佳效果。

消费者的消费欲望会被好的营销手段所激起,从而刺激顾客进行消费。比如:优惠方式、售后服务等都非常有利于消费者进行消费。随着社会的不断发展,在新经济时代背景下,企业市场营销方式的质量高低将直接影响到企业的正常发展。在当前的时代背景下,企业只有不断顺应时代发展的需求,并结合自身实际情况,最终制定出科学、合理的营销新方式,以此帮助企业在激烈的社会大环境中站稳脚步。

二、新经济时代背景下企业市场营销现状

(一) 营销模式过于落后

在当前的新经济时代背景下,越来越多的先进产品出现在人们的视野中,导致消费者在产品的选择过程中出现选择困难的情况。由于新产品的出现导致了旧产品在市场竞争中处于劣势,其发展空间不断被缩减。在激烈的市场竞争环境中,产品与产品之间的竞争异常的激烈,这使得企业不断降低自身的竞争标准。

(二) 多元化市场的需求

随着我国社会经济水平的不断上升,居民消费能力获得显著提高,市场选择面也越来越广。在此环境下,人们对市场的需求越来越多元化。在商品的选择上,逐渐追求性价比、款式、品牌等。但是目前部分企业在营销战略的制定过程中,过于将重点放在产品质量、外观上,没有真正了解到人们的心理变化,对于消费者实际需求也不了解。在产品销售策略的制定过程中,相关人员没有准确把握住产品的营销目标,从而无法激起消费者的购买欲。长久如此,企业市场占有率将不断缩小。

(三) 重视形式、盲目跟风现象严重

据了解,当前部分企业在营销过程中所使用到的营销方式都具有一定的向同性,甚至是大同小异,很大一部分企业在产品营销方式的选择上都是照搬国内外成功的营销方式,没有根据自身企业的实际情况进行营销方式的选择。在实际的产品营销过程中过于重视形式感,营销方式运用过于死板。

(四) 营销渠道成本较大

企业想要实现可持续发展,首先必须对企业的经营成本进行有效控制。在新经济时代背景下,企业市场营销工作过于将重点放在产品生产制造上,忽略了市场营销渠道的重要性,企业在不断深化实体营销渠道的过程中,同样应当不断完善产品的网络营销渠道,市场营销成本不断增加,偶尔会出现企业对市场掌控不足的情况发生。随着市场环境的不不断变化,产品背景不断更换,企业在日常发展中受到了巨大挑战。企业在生产产品时如果没有进行及时的更新,企业发展将会因此受到严重限制。

三、新经济时代背景下市场营销新方式

(一) 树立新型网络营销观念

现如今,互联网技术飞速发展,企业市场营销改革获得有效推动,网购已逐渐成为人们日常消费模式。在此情况下,企业应当重视起产品的网络营销工作,在企业内部建立起专门的网络营销处理部门,完成日常产品网络营销出现的问题,侧面建立起企业良好的形象。另外,现如今属于网络时代,企业应当重视起网络平台建设,完善的网络营销方式可以拉近企业与客户之间的关系,降低企业产品的营销成本,以此来吸引更多的消费者。

(二) 建立多元化营销渠道,满足消费者需求

为了实现营销利润最大化,不断拓展企业产品营销渠道,企业应采取多元化的营销策略,利用不同的营销渠道,以便企业能够更加快速、高效地销售产品。对于实力较强的企业,厂家可以通过直销的方式来减少中间环节和成本。与此同时,企业还可以设立销售点,避免市面中出现假冒伪劣产品,以满足人们实际需求,最终使企业的每个产品都能够获得不断更新。

总之,一个成功的企业营销离不开成功的营销方式。一个好的营销方式对于竞争激烈的市场具有很大的优势,既能适应新市场,又能迅速加入到新市场中,不断提高企业发展的速度,加强企业的品牌建设。据悉,全国企业在发展过程中往往会出现忽视品牌建设的问题。针对此情况,企业应不断加强品牌建设的投入,在企业品牌的宣传过程中,善于利用网络媒体力量,增加宣传力度。

(三) 明确企业营销任务

企业在营销方法的制定过程中,不应当盲目地借鉴其他企业的成功经验,而是应当根据自身企业的实际情况,明确企业营销任务,正确使用新的营销理念,将企业营销任务变得具体化,根据企业不同的产品,制定出不同的营销方式。在市场环境相对稳定的情况下,制定出科学、合理的企业营销方式,为企业的发展提供保障措施,大力推动企业的发展与进步。

(四) 强化企业商品创新力度

相同的营销方式在不同企业中会呈现出不同的效果。一个好的营销方式需要企业其他各方面的共同协调,从而有效提升营销方式的作用。因此,企业应当在创造出良好的营销方式情况下,要求企业内部所有员工做好配合的准备,同时企业人事部门需要不断加大对企业人才的培养,满足企业发展的需求。其中需要注意的是,市场是不断变化的,企业营销方式应当随着市场的变化而做出及时、正确的调整,营销方式仅仅是帮助企业发展到一定程度,因此企业在实际的发展过程中应当遵循既定轨道,根据变化做出调整。随着市场的变化,不断强化企业商品的创新力度,能够吸引当前消费者目光,最终为企业创造更大的经济效益,完成企业的发展目标。

四、结语

综上所述,企业在新经济时代背景下,应当不断调整企业内部产品的营销方式,以科学、合理的营销方式提高企业产品的市场份额,推动企业在市场中的健康发展。

参考文献

- [1] 佟垭冬. 新经济背景下企业市场营销战略探究[J]. 现代经济信息, 2020(15): 53-54.
- [2] 周正红. 新经济条件下企业市场营销的战略思路创新研究[J]. 缔客世界, 2020, 6(4): 149.
- [3] 任玮. 新经济背景下企业市场营销战略新思维探究[J]. 现代经济信息, 2020(3): 68, 70.