

市场营销管理中存在的问题与对策

郭 智

华电克拉玛依发电有限公司 新疆克拉玛依 834000

摘要: 在全新的市场经济环境和背景下, 卖方市场已被买方市场逐渐取代, 各大企业要想顺应市场经济发展趋势, 保持自身优势地位, 必须要就市场情况进行深入分析, 进而结合市场实际情况, 创新市场营销管理, 保障企业稳定发展。

关键词: 企业; 市场营销管理; 创新措施

Problems and countermeasures in marketing management

Zhi Guo

Huadian Karamay Power Generation Co., LTD. Karamay 834000, Xinjiang, China

Abstract: In the new market economy environment and background, the seller's market has been gradually replaced by the buyer's market, the major enterprises want to comply with the development trend of the market economy, maintain their own dominant position, must be in-depth analysis of the market situation, and then combined with the actual situation of the market, innovative marketing management, to ensure the stable development of enterprises.

Keywords: Enterprise; Marketing management; Innovation measure

引言:

企业经济效益创造和获取中, 属于重要部门的就是市场营销部, 而企业内部管理工作开展中, 有效推进市场营销管理工作, 不仅有助于企业各方面资源的高效利用, 同时也可以扩大企业的发展空间, 并辅助企业核心竞争实力的针对性增强。所以企业要深刻意识到市场营销管理工作开展的意义、价值所在, 同时借助可行性措施, 进一步创新市场营销管理工作, 使该项工作价值、作用充分发挥, 为企业发展提供进一步的推动力。

一、市场营销管理的重要意义

1. 提高资源利用率

企业市场营销管理工作具体开展的过程中, 必须要将传统粗放式营销管理模式积极打破, 不仅要就全新产品进行研发, 同时也应优化各项资源的利用, 并介入多种措施来落实新产品研发、各资源优化配置等, 确保企业产品的销售途径能够有效扩大, 促进资源高效利用的同时, 使成本费用支出最大限度地减少。与此同时, 企业也要在市场营销管理创新上增强力度, 将人资部、管理部人员工作积极性充分调动起来, 基于以上两个部门价值的充分展现, 为企业产品、技术的创新提供不断的

推动力, 此时有助于企业良好、循环发展目标的实现, 也能针对性提高企业资源利用率。

2. 扩大企业发展空间

企业要想保障自身长远发展目标的良好实现, 就应将固有的管理思维积极摆脱, 从产品营销途径的不断扩大出发, 高效利用企业内部一切可利用资源。而有效开展市场营销管理, 可实现上述目标, 也能促进消费者对企业产品认知度的提升, 进而达到企业发展空间的扩大目的。

3. 增强企业核心竞争力

在当今时代, 全社会都呈现出了飞速进步和发展的趋势, 此种情况下, 市场竞争也愈发激烈。受这一因素影响, 大多数企业开始意识到企业长远发展中不容忽视的就是创新。而市场营销管理的创新, 不仅有助于消费者产品选择多样性的提升, 同时也利于企业跨领域合作目标的实现, 可促进企业发展中核心竞争实力的增强。以小米公司为例, 该公司在当下已被大家所熟知, 此公司最初主要是制造手机, 后得到了逐步的发展。小米手机的优势就是价格低廉, 所以有众多消费者被其吸引。而在企业不断发展的背景下, 小米手机功能也越发健全,

加之企业文化的良好构建,进一步扩大了消费群体。之后小米企业在创新发展的过程中,开始向智能家居方面延伸,随之逐步涌现的电饭煲、平衡车、电水壶等,使得企业经济效益、品牌生命力再次提升,竞争实力也得到了大大的增强。

二、企业市场营销的主要特点

1. 整合式

企业有效开展市场营销工作,有助于企业营销价值、效果的最大限度提升。该项工作具体开展环节,应该与市场营销环境、实际情况等有机结合,进而针对性优化、调整市场营销方式方法。这一过程,必须要将以往简单及单一的市场营销方式积极整合起来,保障系统化营销模式逐步构建而成。从该方面来看,企业市场营销的一个突出特征就是整合式。

2. 细分式

企业市场营销的特征还体现在细分式方面,即在面对不同层次的消费者及其多样化需求时,所用的产品推销方式也应有所不同,这就是对企业产品目标市场的细度划分,有助于企业市场营销效果的最大限度扩大。市场营销具体落实、开展中,需要企业先研究、调查产品目标市场,在此基础上,将目标市场细度划分方面的准备工作做好。而在细度划分思路明确的情况下,可就企业产品进行重新定位,确保更专业、个性化的营销活动逐步形成。

3. 品牌式

对于当代社会中的各大企业来说,与其实力密切相关的就是品牌,也可以说,能够在一定程度上代表企业实力的就是品牌。若企业品牌的口碑相对良好,其在激烈市场竞争环境中就能占取优势地位,后续的发展也会更加良好。对此,企业市场营销环节,工作的重点应以树立品牌为主,达到对更多消费者信任、认可的赢得目的,使强势品牌形象得到有效打造。从这一方面来看,企业市场营销的一个突出特征就是品牌化。

4. 绿色式

目前,全社会面临的一个严峻问题就是环境污染越发严重,此种情况下,为了对环保要求进行积极的响应,充分践行可持续发展观,社会中各企业市场营销环节,开始深入了解消费者对环保产品的需求,也开始以消费者需求为依据,就绿色产品进行研发,进而通过绿色营销力度的强化,达到对消费者注意力更好地吸引目的。由此可见,新时代企业市场营销环节,必须要将该项工作的绿色式特征充分展现出来。

三、市场营销管理中存在的问题与对策

1. 构建互联网市场营销管理模式

企业市场营销管理创新环节,必须要与时代发展相结合,就互联网式的模式进行针对性创新。目前,互联网在信息传播方面展现出了不容忽视的价值,所以企业要借力互联网优势,依靠互联网平台对产品进行大力的推广,确保企业的市场营销能够充分凸显多元化特征。比如,企业与互联网相结合进行市场营销管理工作的过程中,可利用微信公众号或App等进行各种产品的营销。除此之外,也需要企业在品牌形象的构建上提高注重程度,应在开展市场营销活动的前提下,使品牌效应逐步产生,为企业发展提供进一步推动作用,促进消费者消费体验的逐步增强。

2. 树立现代化市场营销管理理念

现如今,信息化时代已经全面到来,而在社会结构发生改变的情况下,市场经济发展形势也开始有对应变化随之呈现,其中就包含消费群体消费观念的改变。考虑到以上情况,企业市场营销管理具体创新的过程中,要与自身实况、市场大环境有机结合,不断调整市场营销理念和方式方法,将现代化市场营销管理理念积极树立起来,为企业长远发展提供促进作用。特别是企业管理层人员,必须要深入了解国际现代化市场营销理念,以当下消费者心理需求为依据,就现代化市场营销管理模式进行积极的构建。首先,企业要正确认识新时期消费者对产品的需求已经向消费需求方面转变,进而就营销策略进行合理调整,使自身服务水平、质保水平有效提高。简单来说,就是为产品质量提供保障的过程中,也应就产品售后、宣传等工作进行积极的优化。其次,在客户管理上提高重视程度,以保障客户对自身产品、服务的满意度逐步提升,构建良好企业和客户关系的同时,使服务质量和环境得到改善。最后,结合市场环境变化,就市场进行深入的挖掘和拓展,通过市场营销方案的合理制定,为企业市场营销管理能够获取理想成效提供保障。

3. 加强对消费者需求变化的了解

产品自身特点、产品能否保障消费者需求的满足等是产品主要的价值体现。产品价值并非抽象,其物质含量也相对突出。而不论是为了保障消费者心理层面需求的满足,还是物质层面需求的满足,都很难区分产品特定的物质特征。对此,企业市场营销中的产品,不仅要具备实用性,同时也要保障消费者美观性需求的充分满足。为实现以上目标,企业市场营销管理创新的环节,

就要在消费者需求变化的了解上加大力度,以消费者不断变化的消费需求为依据,就针对性、个性化营销策略进行制订。以现今社会中的女性消费者为例,女性消费者对产品需求已经不仅在日常生活用品上局限,目前化妆品是女性消费群体方面最受欢迎的商品,而化妆品企业就化妆品进行生产及包装、推广的过程中,必须要深刻、全面了解女性消费者,与其审美相结合开展市场营销工作,如此才能使自身所销售产品获取更多女消费者的认可、喜爱,借此达到产品营销价值、效益的扩大目的。

4. 确定营销目标、加大宣传力度

新时期,企业创新市场营销战略的过程中,必须要高度重视的一项工作就是制定市场营销目标。通过科学、合理目标的制定,能为企业市场营销管理中战略规划的发展提供辅助作用,也有助于企业对自身现有市场占有率情况的明确,进而促使企业以发展需求为依据,就健全营销目标进行制定,促进企业市场营销水平的全面提升。在确定营销目标的情况下,也需要企业在市场营销的宣传上加大推进力度。企业创新市场营销管理工作时,必不可少的一项工作就是加大宣传力度,该方面需要企业与自身发展需求相结合,高度重视市场营销管理,如此才能辅助自身各项工作的开展。如企业进行市场营销时,可借助各种新媒体手段来进行营销宣传,辅助企业塑造品牌形象的同时,也有助于更多人对企业品牌的了解,如此一来,自然能促进企业自身市场营销能力的提高。

5. 提升市场营销团队的综合素养

在企业市场营销管理工作开展中,有关管理人员的工作范畴主要是就市场营销工作进行协调与管理,可以

说管理人员会直接影响企业市场营销结果。因此,企业创新营销管理工作的过程中,要高度重视有关人员的培训,培训中的主要内容应以营销内容、理解知识为主,使有关人员的综合素养逐步提高。与此同时,也需要企业借助合理奖惩措施的应用,正确引导有关人员,使其自学意识、学习动力逐步提高,确保其能够主动对市场情况进行积极的了解,基于市场变化的掌握,保证自身开展的营销市场营销管理工作能够与市场实际情况、消费者心理更加匹配。除此之外,也需要企业在优秀人才的引进上提高重视程度,为市场营销管理工作获得更理想的效果提供根本保障,也能依靠专业、优秀人才具备的专业理念、专业知识等,科学、全面开展市场营销管理工作,进而增强企业的市场竞争实力。

四、结语

企业内部管理中,不容忽视的一项工作就是市场营销管理,该项工作极为复杂且涉及多方面内容。新时期,企业要想获取更为理想的工作效果,必须要从多个角度出发来创新、优化市场营销管理工作,使实际工作中的困难、麻烦得到一一解决,进而借助市场营销管理效用的最大限度发挥,为企业全新发展夯实基础。

参考文献:

- [1]李华溢.企业市场营销管理及创新措施[J].现代商业,2022(19):104-106.
- [2]孙可.新时期企业市场营销管理及创新[J].品牌研究,2022(15):17-20.
- [3]张贺,邵亮.企业市场营销管理及创新策略[J].商场现代化,2021(9):56-58.
- [4]王馨.浅谈企业市场营销管理及创新策略[J].财讯,2021(15):166.