

探究纺织品制造企业营销策略优化分析

施春署

嘉兴自然三禾新材料科技有限公司 浙江嘉兴 314000

【摘要】全球化大趋势下的制造企业迎来了全新的发展机遇，同时也面临诸多挑战。为确保纺织品制造企业能够在激烈的市场竞争中占据优势地位，制造企业应努力提高自身的竞争实力，并优化产品质量，同时要注重调整营销策略，这些措施能够为纺织品制造企业打造良好品牌形象，进而吸引更多消费者群体。本文以纺织品制造企业为研究对象，阐述了在当今时代背景下优化纺织品制造企业营销策略的必要性，并提出诸多营销策略，优化营销策略能显著提高企业的竞争实力和可持续发展能力，助力企业良性发展。同时，本文所提出的观点也为企业制定营销策略提供重要参考。

【关键词】纺织品制造企业；营销策略；优化

Study the optimization of marketing strategy of textile manufacturing enterprises

Shi Chunshu

Jiaxing Ziran Sanhe New Material Technology Co., LTD. Zhejiang Jiaxing 314000

【Abstract】In the context of globalization, manufacturing enterprises are presented with new development opportunities, but they also face numerous challenges. To ensure that textile manufacturing companies can maintain a competitive edge in the market, these companies should strive to enhance their competitiveness and improve product quality. Additionally, they should focus on adjusting their marketing strategies. These measures can help build a strong brand image for textile manufacturers, attracting a broader consumer base. This article focuses on textile manufacturing companies, highlighting the importance of optimizing marketing strategies in today's market environment. It proposes various marketing strategies that can significantly boost the company's competitiveness and sustainable development, promoting healthy business growth. The insights provided in this article also serve as a valuable reference for companies when formulating their own marketing strategies.

【Key words】textile manufacturing enterprises; marketing strategy; optimization

优化纺织品制造企业的营销策略不仅能使产品满足市场需求，也能显著提高企业核心竞争力，确保企业可以在激烈的市场竞争中站稳脚跟。因此，当前企业应高度重视企业营销，并制定切实可行的营销策略。为使营销策略能满足企业发展需求，企业应充分利用各种资源和技术，并提升营销人员的专业素养和业务能力，这样才能顺利解决营销方面的各项难题，进而显著提高纺织品制造企业的核心竞争力，促进企业实现可持续发展。

一、当前背景下优化纺织品制造企业的营销策略的必要性

（一）提升企业的核心竞争力

近几年来，我国制造企业的发展态势十分迅猛，其发展水平显著提升。但是，各个企业的综合发展水平并不是均匀的，有很多缺乏核心竞争力的制造企业没有经受住挑战，在激烈的市场竞争中被淘汰。因此，为使纺织品制造企业能够长期保持稳定发展状态，并显著提高企业竞争力，企业除了要提高产品质量外，也要对营销模式做出调整，这样才能将营销的价值充分发挥出来，进一步展示出产品的自身优势，使产品能够被大众所认可，进而吸引更多的消费者，最终为企业创造更高的经济效益。由此可见，优化和完善企业营销策略能够拓宽企业的生存空间，并提高企业的核心竞争力，推动企业平稳向前发展。

（二）塑造良好的品牌形象

品牌不仅仅是一种特定的符号，同时也代表企业，品牌能够将企业精神、企业文化以及产品形态等呈现出来，使消费者和社会各界都能认识到企业内涵和产品优势，进而使企业的经营和发展进行更顺利。与此同时，品牌一经注册就会成为企业独有的一项专利，会受到法律的严格保护，任何其他企业不能侵犯和随意使用。在优化企业营销策略的过程中，企业的品牌形象也将逐渐形成，消费者会受到品牌形象的影响而产生强烈的消费欲望。因此塑造良好品牌形象对于提高纺织品制造企业的经济效益、扩大消费人群很有帮助。另外，品牌形象的形成能够增强企业的影响力，给消费者留下深刻影响，同时也能使消费者在短期内熟悉企业产品，消费者会受品牌效应的影响而主动购买产品。因此，优化营销策略、提高企业营销水平至关重要，这样才能提高企业产品的知名度，使企业被大众认可。

（三）培养稳定客户群体

优化营销模式才能提高纺织品制造企业的营销水平，使消费者获得更多了解产品、走进产品的机会。在企业营销的作用下，消费者对企业的产品不再感到陌生，这显著拉近了消费者与企业产品间的距离。同时，企业也能在了解消费者需求和喜好的前提下为其设计和推送消费者所需要的产品，确保产品的性能能够满足消费者的需求。一旦消费者的需求得到满足，这些消费者将会成为稳定的客户群，促进企业获得更高的经济效益，助力企业实现健康发展。

二、纺织品制造企业优化营销模式的相关路径

（一）采取动态营销方式

当前，企业的营销思路并不是一成不变的，而是时刻会随着政策调控、市场需求等因素的改变而改变，因此企业必须及时对营销模式作出动态的调整，理清营销思路并明确营销方向，这样才能使企业营销真正发挥作用。

纺织品制造企业必须顺应市场发展需求来对营销方案做出调整，并采取合理的营销模式。企业要及时更新产品，并及时对产品做出推广，这样才能在短时间内尽快抓住客户群。企业的营销人员要及时收集产品功能、产品性能等方面的信息，并将这些信息反馈做出产品分类的参考，同时针对不同的产品采取不同的推广方式，进而吸引更多的目标人群购买产品，消费者也能结合自身需求找到适合自己的产品。

除此之外，为使营销方案真正发挥出效果，纺织品制造企业在及时获知政策调控资讯的前提下积极推广自己的产品，也可打造专属的产业基地。国家和地区为发展当地的经济，会选择推出一系列的优惠政策，因此纺织品制造企业应积极响应政策的号召，这样才能使产品被更多的用户所认可。由于政策是时效性的，因此企业必须把握好机会，在规定的时间内调整营销策略，否则会失去一次良好的发展机会。所以，纺织品制造企业应基于市场需求以及政策调控资讯对企业自身的营销方式做出动态调整，这样才能真正发挥出企业营销的效能，提高产品竞争实力的同时，促进企业获得更高的经济效益。

（二）创新营销方法

传统的营销方式所能起到的作用是有效的，时代在发展，客户需求也在发生变化，因此为吸引更多的目标人群购买产品，纺织品制造企业应采用更多新颖有效的营销方法，加大创新的力度，这样才能起到良好的营销效果，使产品得到更好的推广和宣传。

在众多的营销方法中，推拉式促销方法越来越受到企业的推崇，这种营销方法将推销和拉销相结合，是一种综合性很强的营销模式。推拉式促销方法能够在较短的时间内将产品推送给更多的人，并使消费者的需求得到满足。其中，推销策略是指产品的制造商直接将产品推入销售渠道。制造企业要积极同零售商进行合作，自身的销售团队会通过举办展示会、贸易展览等方式推广产品，这种策略注重对分销渠道的关系进行有效管理，确保产品顺利的进入市场。而拉销策略则更加注重吸引消费者的注意力，并通过满足消费者的使用需求来推动产品尽快流入分销渠道。企业可通过广告宣传、组织促销活动等方式刺激消费者进行消费，也可通过给予优惠和折扣等方式使消费者产生购物欲望。由此可见，即便拉销策略和推销策略的方式与众不同，但是二者的相互配合及共同使用将起到良好的营销效果，进而推动产品销售。当前，在应用这种营销方法的时候，制造企业自身要密切关注市场环境的变化，同时根据消费者的需求合理调整推销策略和拉销策略的比例关系，这样做能够有效推动产品流入市场，使消费者的消费需求得到充分的满足。

除推拉式促销方法外，零售终端销售模式也能发挥出良好的营销效果，助力企业将产品更快的推送给消费者。应用零售终端销售模式能够方便企业与消费者保持密切的联系，

在联系过程中,企业能够获知消费者的需求,同时接收到消费者对产品的各种反馈,掌握这些信息后,企业能够对产品进行有针对性的优化和完善,使产品的市场反应速度显著提高。另外,这种销售模式是直接将产品销售给消费者,省去了诸多环节,降低销售成本及营销成本。在实体零售店内,制造企业可通过优化店面等方式增加产品的知名度和曝光量,也可组织各种店内促销活动来吸引消费者。而在经营在线网店时,制造企业可利用先进的信息技术和手段将产品信息推动给更多的在线用户,并通过优化购物流程、提供快捷、方便的配送服务等方式使消费者获得良好的购物体验。所以,创新营销方法至关重要,企业要根据消费者的需求和市场环境的变化采取不同的营销方法,使产品被更多消费者所喜爱。

(三) 组建一支高水平的营销团队

企业营销需要由专门的营销人员负责,而营销人员的专业素养和业务能力会直接影响制造企业的营销质量。为此,企业必须高度重视对营销人员的培养工作,并努力打造一支高水品的营销队伍。

营销人员必须具备扎实的市场知识储备。只有了解市场发展趋势、竞争对手的情况以及消费者的消费需求,才能有针对性地对营销方案作出调整,使营销策略真正发挥作用。因此,企业应定期对市场和竞品进行分析,将这些消息及时共享给营销部门,同时要给予营销人员定期参与培训的机会,使营销人员在参与培训的过程中掌握更多的营销技巧。另外,必须丰富培训的内容,使营销人员学会如何进行有效的产品推广、如何同消费者建立良好的关系以及如何科学定价等。在培训过程中,企业可通过案例教学、活动实践等方式使相关人员接受系统的培训教育。由于营销人员需具备良好的沟通能力和协调能力,因此企业应专门针对沟通协调能力对营销人员进行培训。也要密切关注营销人员信息应用能

力的培养,使营销人员具备应用大数据技术调整营销策略的能力。

(四) 灵活将大数据技术应用于企业营销

信息化时代已到来,纺织品制造企业在营销过程中可应用大数据技术完成数据收集与整合、数据分析以及制定个性化营销方案等工作。

为使营销策略能够面向不同用户并满足市场需求,企业营销部门可先应用大数据技术收集多个维度的数据,如客户购买记录、网络浏览记录、交易数据等。通过分析这些数据,制造企业能够挖掘用户的行为和偏好,进而制定有针对性地营销方案。比如,大数据技术自带预测分析和情感分析等功能,能够预测客户未来的购物行为或者用户对产品的想法,这些信息将成为企业优化营销方案的重要参考。当掌握这些关键信息后,企业可以制定个性化的营销计划,比如为满足年轻人的喜好,企业可通过短视频、动画等形式介绍产品信息,吸引消费者的注意力。由此可见,大数据技术的应用能够给制造企业营销提供极大的帮助,使营销部门掌握更多关键信息,进而在整合利用多方信息的基础上定制个性化营销方案,更好的满足消费者的个性化需求。

总结

纺织品制造企业的良性发展离不开营销的支持,合理应用营销策略将切实提高制造企业的竞争实力,帮助企业进一步打开市场,同时为企业塑造良好的品牌形象。因此,纺织品制造企业的管理者应高度重视优化营销策略,打造一支高水平的营销团队,并市场发展趋势和企业需求制定营销方案,这样才能提高制造企业的营销水平,使我国的纺织品制造企业实现可持续发展。

参考文献

[1]郭章麟.纺织品企业营销活动项目化管理策略研究[J].现代企业文化, 2023(24).

[2]刘曼.电子商务平台模式下食品企业营销策略研究[J].食品工业, 2024, 45(2).

[3]肖飞.数字营销模式新零售企业营销策略研究[J].老字号品牌营销, 2024(18).

作者简介:施春署,出生年月:1984.01,男,汉族,学历:本科。