

新媒体环境下企业品牌管理的市场营销策略探讨

■ 郑艳芬

(云南省曲靖应用技术学校, 云南 曲靖, 655000)

一、引言

在新媒体环境下,各种数字产品进入人们的生活,大众的消费水平进一步提高。此背景下,企业要想有效提升市场竞争力、实现发展目标,就必须结合新媒体技术创新市场营销理念、做好品牌管理、优化市场营销策略。这就要求企业在营销过程中创新手段,从品牌管理的角度出发,建立新型市场营销模式。基于此,本文首先就新媒体在市场营销中的应用优势及应用意义加以阐述,然后,就新媒体环境下企业品牌管理的市场营销问题进行阐述,最后,探究品牌管理的市场营销策略,希望能对企业市场营销工作的高效开展起到积极作用。

企业要想在市场竞争中提高其核心竞争能力,这就要改变传统的市场营销理念,从创新的角度出发,结合当前新媒体环境特征,创建新的市场营销体系。在实际工作中,企业要结合市场动向,采取新的市场营销手段,充分发挥新媒体技术在市场营销工作的应用优势,保障市场营销工作高效推进,从而更好地满足消费者的需求,实现既定的市场营销目标。

二、新媒体在企业市场营销中的应用优势及应用意义

(一)新媒体在企业市场营销中应用的优势

将新媒体技术科学地运用于企业市场营销工作是提高市场营销工作质量和效率的有效途径。该技术在市场营销中的应用优势主要有以下几点。

1. 操作优势

企业市场营销采用新媒体技术,操作优势比较突出,新媒体技术操作简单,能够通过人工简单操作就能完成营销方案的制定,新媒体也能给大众更多自主权。大众作为信息发布者,各大平台是传播媒介,任何用户都能在不同平台发布相应信息,媒体内容丰富,形式多样,操作新媒体开展市场营销工作,有助于提升市场营销的效果。

2. 存储优势

企业市场营销有多种方式,将新媒体技术应用于市场营销中,可将数据存储的优势充分发挥出来,能大大提升信息传播的效率和质量。新媒体技

术和传统媒体相比,数据存储量大,多样的数据存储方式有助于实现市场营销工作的目标。新媒体中的信息能以音视频以及图像文字等方式呈现,方便用户点击查看。

3. 传播优势

新媒体应用于企业市场营销工作当中,可将信息传播的优势充分发挥出来,最大程度提高信息传播的效率运用新媒体技术在信息传播中信息扩散能力,可有效提高信息关注度。

(二)新媒体在企业市场营销中应用的意义

为有效提升营销质量,改变传统市场营销方式比较重要,而发挥新媒体技术优势,能最大程度提高市场营销工作效率,其应用意义如下。

1. 最大程度降低营销成本

企业市场营销工作方式发生了变化,在新媒体时代,企业将新媒体技术融入市场营销工作,能有效保障各项营销工作的顺利开展,也能最大程度降低市场营销成本。在市场营销活动中,发挥新媒体技术优势,在具体市场营销中能更有针对性,可提高市场营销的效率,降低营销成本。企业结合品牌营销的管理理念,发挥新媒体技术营销的作用,注重品牌形象良好塑造,有助于提高市场知名度。发挥新媒体技术优势,做好相应市场分析工作,及时获得营销数据,准确定位市场,有助于优化营销流程,从而保障市场营销工作合理落实。

2. 有助于企业明确消费者的需求

企业将新媒体技术运用于品牌管理的市场营销工作,能大大提高营销的针对性、拓宽营销渠道。企业在运用新媒体进行营销过程中,可使不同群体收到相应的营销信息,围绕信息内容进行交流互动,而系统可结合用户查看信息的状况,定向发送营销信息,由此提高营销的针对性。如果用户对信息不感兴趣,就会直接跳过,系统结合查看信息时间,能为用户推送更多感兴趣信息,这对提高营销工作开展的效率有着积极作用,满足了消费者对产品的需求。

3. 为消费者提供自主选择权

为有效提升营销工作开展的质量,科学运用新

媒体技术，能最大程度保障消费者自主选择权，消费者不但是从报纸以及电视中被动接受信息，在新的营销环境中，消费者能自主选择信息，也能和平台进行互动，了解产品的相关信息。通过新媒体技术应用展开的营销活动，能有效满足消费者实际需求，有助于提高企业产品营销的整体效果。

三、新媒体环境下企业品牌管理的市场营销问题

在新媒体环境下，企业品牌管理的市场营销工作存在着诸多问题，常见问题如下。

（一）未创新营销平台

在新媒体环境下，企业要提高市场营销水平、达到最佳的市场营销效果，就必然要改变以往的营销观念，结合新媒体技术，从品牌管理的角度出发创新市场营销平台。但是，从现阶段市场营销的状况来看，市场营销平台创新度不够是比较突出的问题。企业在品牌管理的市场营销活动中，会打造品牌营销的平台，而有的企业品牌管理平台和市场营销平台没有紧密对接，品牌管理以及市场营销没有紧密连接起来，造成了数据融合度不高，导致营销市场定位不精准，造成品牌营销的作用发挥不出来。营销平台的创新度不够，没有在各网络平台合理展开品牌营销，对 B2C 电商开展品牌营销较为薄弱，缺乏线上线下紧密融合的品牌营销，最终影响了营销的效果。例如，营销平台的运用只是采用单一的网页营销的方式，没有将智能手机方式和网页营销相连接，缺乏立体化营销体系。

（二）缺乏创新的营销思维

营销人员需要创新营销观念，结合当前的新媒体环境，最大程度地提高营销管理工作质量，并保障各项营销工作的有效开展。但是，从具体营销工作的开展现状来看，部分品牌营销人员并没有创新营销思维，依然秉持着传统的营销思维方式。在实际工作中，部分营销人员的品牌营销意识不强，在建立品牌文化及打造文化特色品牌环节，与消费者缺乏有效互动。另外，部分营销人员对品牌营销战略布局的重视度不高，对品牌营销工作缺乏系统全面的安排。

（三）未构建完善的营销体系

在新媒体环境下，很多企业在品牌管理的市场营销工作中，没有构建完善的营销体系，这对市场营销工作开展的效果必然会产生诸多不利的影响。品牌管理的市场营销工作离不开完善营销体系的支持，如果在这一方面没有得到重视，必然会影响市场营销工作开展的质量。有的企业在品牌管理

的市场营销工作中，没有对多元以及协同化的品牌营销体系建设给予重视，各部门以及机构间的协调配合度不高，有的是为了部门利益以及个人利益，各自的作用没有充分发挥。此外，企业对自身品牌知名度以及盈利能力方面的研究分析不完善不彻底，无法构建完善的营销体系，影响到实际营销工作开展。

四、新媒体环境下企业品牌管理的市场营销策略

（一）创新品牌管理的市场营销观念

在新媒体环境下，消费者当前对品牌的重视度越来越高，这对企业品牌管理的市场营销工作提出了新的要求。在实践工作中，企业需要积极创新市场营销理念，结合新媒体环境发展及变化趋势，将新媒体技术融入市场营销工作。在实际工作中，企业需要高度重视品牌管理，将品牌管理和市场营销结合起来，创新市场营销的开展方式，同时，加大品牌管理与市场营销的创新力度，完善营销体系，充分发挥品牌管理与市场营销结合的优势，最大程度地提升市场营销工作质量。除此之外，企业还需要制定短、中、长期营销目标，提高品牌市场份额，确保品牌管理服务于市场营销。

（二）优化品牌管理的市场营销平台

现阶段，部分企业在市场营销工作中面临诸多挑战。为此，企业需要结合新媒体环境，做好品牌管理的市场营销工作，提升市场营销工作质量。完善品牌管理的市场营销平台建设是企业管理层要结合企业发展的需要，制定完善的营销策略，进一步强化品牌管理的市场营销平台建设，建立线上线下融合的营销平台。在具体的市场营销活动中，将信息技术的作用充分发挥出来，建立品牌管理平台以及营销平台，通过平台有机对接，形成联动，提高市场营销效果。在新媒体环境下，企业优化新媒体平台的使用，将数字化工具加以科学利用并进行技术赋能，建立数字化营销平台，内容传播裂变，由此实现平台为消费者提供个性化的服务。例如：三只松鼠品牌营销即为成功的典型，其之所以成功就是抓住拥有海量数据的互联网平台，将数据信息打通，把客户资源灵活运用起来。此外，仓储物流智能化，可提高单位容积仓储效能，提高货品周转率，增强消费者体验。视频信息可书画，通过互联网技术有助于实现全程溯源，保障食品安全。

（三）构建完善的品牌管理市场营销体系

企业在市场营销工作中，为有效提升市场营销质量，就需要结合品牌管理的市场营销需求，建立

完善的制度。在新媒体环境下,企业在经营发展方面也有诸多变化,企业自身要注重创新,只有在创新中才能进一步提高发展的质量。品牌对客户产生的影响力越来越大,因此企业在市场营销方面,要结合品牌管理的需要,制定新的市场营销机制,促进市场营销创新发展。不同消费者有不同喜好和习惯,消费者对产品质量以及服务体验的要求在不断提高,企业在创新品牌管理的市场营销机制方面,要以品牌的营销工作开展为基础,注重开展客户运营以及内容众创活动,增强和消费者的联系,结合不同客户个性化需求制定相应的服务,从而提高营销工作的质量。

(四) 注重产品精准化定位

企业在市场营销工作开展中,面对着诸多挑战,为有效提升市场营销质量,就需要从品牌管理的市场营销方面积极发展,找准产品定位,这是建设品牌的基础条件,也是后续各品牌管理活动高效开展的重要基础。企业需要做好前期的调研工作,分析结果了解市场发展趋势,明确消费者群体以及没有挖掘的潜在消费群体,结合企业发展战略目标以及方向,针对不同类型消费者群体做好特征分析工作,结合消费者喜好以及生活方式等各因素,准确定位找准品牌建立切入点,建立优质的品牌形象。在产品定位设计环节,通过精准定位指导各项市场营销活动,结合新媒体技术优势,注重找准产品优势,将品牌产品和其他产品区分,满足消费者个性化的需求,拓展消费者群体

(五) 优化品牌管理的营销售后服务质量

在新媒体环境下,企业品牌管理的市场营销工作开展的要求进一步提高,营销人员自身也要结合具体工作的需要及时转变工作理念,提高自身服务意识,才能将市场营销工作做好。当中,营销售后服务是比较关键的,结合当前新媒体环境,企

业在营销售后服务的优化方面,要能满足当前的营销要求,提高客户忠诚度企业。通过建立微信公众号以及微博和天猫等第三方电商平台,可为消费者提供多样的优质服务,提高消费者购物体验。提高售后服务的质量,为消费者带来优质的服务,提高消费者对企业服务的满意度,才能增强客户的粘合度。如企业可通过大数据技术应用,就消费者内在需求深度挖掘,提供针对性售后服务,掌握消费者最近消费以及消费的频率和消费金额相应指标数据,从售后服务体验方面进行分析,保障信息化经营和人工服务之间达到良好配合,从而提高企业产品和消费者的粘合度,提高消费者对服务的满意度。

(六) 提高市场营销管理的质量

企业在市场营销方面,做好管理是比较关键的,为此要结合新媒体环境优化营销管理的方式,改变传统市场营销管理理念。在新媒体环境下,企业在品牌管理的市场营销管理中要加强质量控制,尤其要对品牌管理工作给予充分重视,提高运营管理水平,为品牌营销创造优质条件,完善品牌运营管理机构。企业还可以构建专门品牌运营管理部门,实施针对性管理方案,协调各部门,在品牌营销方面明确责任,加大市场营销管理的力度。

五、结语

综上所述,为了在市场中有良好发展,企业就需要改变传统营销管理的方式,从品牌管理的角度出发优化的市场营销工作环境,才有助于实现既定管理目标。从创新的角度出发,企业改变传统市场营销管理的手段,发挥新媒体技术优势,有助于实现营销的目标。

【作者简介】郑艳芬(1984—),女,云南曲靖人,本科,云南省曲靖应用技术学校,研究方向为市场营销、电子商务方向。

