

# 市场竞争下的现代企业市场营销管理研究

谭静

中国航空无线电电子研究所, 上海 200233

**摘 要 :** 市场经济蓬勃发展下, 现代企业的经营环境发生了不同程度的变化。近几年, 受市场竞争的影响, 现代企业的运营存在一定风险, 尤其是在市场营销方面, 企业的市场营销管理面临较大挑战。此次论文先是对市场竞争下现代企业市场营销管理内容进行了分析, 随后又对现代企业市场营销管理现状展开了探讨, 最后提出了几点市场竞争下现代企业市场营销管理策略, 以期为相关人员提供参考。

**关 键 词 :** 市场竞争; 现代企业; 市场营销; 营销管理; 管理策略

## Research on marketing management of military enterprises under market competition

Tan Jing

Institute of Aviation Radioelectronics of China, Shanghai 200233

**Abstract :** Under the vigorous development of market economy, the operating environment of modern enterprises has changed to different degrees. In recent years, influenced by market competition, there are certain risks in the operation of modern enterprises, especially in marketing, the marketing management of enterprises is facing great challenges. This paper first analyzes the content of modern enterprise marketing management under the market competition, then discusses the current situation of modern enterprise marketing management, and finally puts forward several modern enterprise marketing management strategies under the market competition, in order to provide reference for relevant personnel.

**Keywords :** market competition; modern enterprise; marketing; marketing management; management strategy

对于一些具有垄断性、层次性、有限性以及准入性等特点的行业, 企业竞争压力较小。但随着高新技术的不断发展, 各类产品的生产技术越发先进, 且产品附加值逐渐升高, 建设规模逐步扩大, 市场竞争日益激烈。为了进一步扩大市场占比, 现代企业需要注重市场营销, 加强市场营销管理, 通过合规合法营销活动的举办开拓市场, 避免市场被其他企业所挤占。与此同时, 现代企业需要制定合情合理的市场营销策略, 提高自身市场营销水平, 借此强化自身核心竞争力, 为企业的可持续发展提供坚实保障。

### 一、市场竞争下现代企业市场营销管理内容分析

#### (一) 研发创新

市场竞争中, 现代企业的竞争优势主要体现在专业知识与高端技术两方面。为此, 在激烈的市场竞争下, 现代企业的市场营销管理需要注重研发与创新, 合理利用专业知识与高端技术研发与生产高品质产品, 提高产品服务质量, 随后还需要实时关注市场需求变化情况, 适时调整市场营销策略, 确保研究创新产品满足市场需求。与此同时, 现代企业需要注重与专业化机构或高校的合作, 例如科研机构以及高等院校等, 不断引进与应用高新技术, 聘请专业、高素质研发人才, 以便于研发出更具创新性以及市场竞争性的产品<sup>[1]</sup>。

#### (二) 客户管理

不同于其他企业, 现代企业的客户存在一定限制, 为了能够

在激烈的市场竞争中占有一席之地, 现代企业市场营销管理工作的开展需要注重客户管理, 积极拉近与客户之间的距离, 尽可能与客户之间构建友好、和谐以及长久的合作关系, 以此保证固定市场份额。合作时期, 现代企业需要为客户提供高品质产品的同时, 还需要注重服务质量的提升, 做好售后服务, 同时还需要及时解决客户相关问题, 满足客户合理化需求, 以此稳固客户关系。

#### (三) 渠道管理

市场营销管理工作中, 渠道管理属于重要内容, 其是现代企业产品销售好坏的重要环节, 良好的渠道管理可以助力企业更好的完成市场推广以及销售任务, 拓宽企业市场营销范围, 提高现代企业市场竞争力。不同时期, 市场的发展趋势不同, 渠道管理需要现代企业管理人员实时关注市场发展趋势, 了解市场发展动态, 掌握产品销售渠道特点, 以便于营销方案的合理制定, 营销

模式的科学选择以及销售渠道的最终确定等<sup>[2]</sup>。

## 二、市场竞争下的现代企业市场营销管理现状研究

### （一）市场营销理念有待创新

在一些特种产品销售方面，企业往往具有一定的卖方垄断地位，加之受原有特种产品采购模式的影响，部分现代企业的商业观念以及市场营销管理理念等有待进一步创新，企业管理人员的营销意识较为落后，进而导致部分现代企业管理的重点在于新技术的研发与产品的功能开发，忽视了市场营销管理，即所谓的“重生产、轻营销”，致使企业的市场营销重心主要是技术研发与产品，久而久之可能会导致产品滞销，军品无法满足客户需求<sup>[3]</sup>。与此同时，过分重视技术研发会忽略市场调研，不利于企业了解作战需求，进而可能会失去市场竞争优势<sup>[4]</sup>。

### （二）市场营销机制有待完善

市场营销管理工作涉及诸多内容，大部分现代企业因市场营销机制有待进一步完善，所以其营销管理工作的开展存在市场竞争力偏低的现象。在机制较为落后的背景下，现代企业市场营销管理存在企业管理层级较多，各部门之间权责模糊以及缺少完善考核与激励机制等现象。因管理层级较多，所以数据信息传递的时间较长，信息共享容易滞后，容易出现纰漏，加之各部门之间权责模糊，所以营销管理工作的开展存在相互推脱的现象<sup>[5]</sup>。

### （三）市场营销策略有待明确

目前，部分现代企业市场营销策略的制定有待进一步明确。针对于营销市场的分析，相关工作人员缺乏专业性，可能会导致市场分析缺乏科学性以及可信性等，且不利于市场相关数据信息的全面收集与充分利用等。与此同时，部分现代企业因过分重视技术研发，忽略市场营销，进而导致企业内部缺少可行性的年度营销方案，不仅不利于市场营销工作的开展，还会导致市场营销工作的开展缺乏导向性，市场营销管理目标的制定缺乏针对性<sup>[6]</sup>。

## 三、市场竞争下的现代企业市场营销管理策略分析

立足于现代企业市场特性，结合市场竞争现状，灵活选择最佳的营销管理策略，以期提升营销管理水平，为企业带来更加理想的经济效益。具体策略如下。

### （一）形成现代化的营销理念

新时期，市场经济发展快速，市场竞争下，现代企业市场营销管理工作的开展需要注重现代化营销理念的形成，同时还需要注重营销理念的创新性，重在促进企业营销管理工作的现代化发展<sup>[7]</sup>。意识决定行为，现代企业市场营销能力的提升需要优先从创新思想理念入手，重视营销管理理念的现代化发展，正确看待市场竞争，逐步形成开放、竞争的管理意识。与此同时，企业管理人员需要明确军品市场竞争趋势，注重现代化管理理念的融入，不断提高人员的竞争意识以及营销管理能力等，始终坚持服务客户，满足客户需求，同时还需要在加强技术研发的基础上重视市场营销，组织人员学习市场营销管理知识，强化企业人员“面向

市场，以客户为中心”的意识理念，运用现代化理念开展市场营销管理工作<sup>[8]</sup>。

### （二）建立健全市场营销机制

市场营销机制具有指导以及约束等作用，激烈的市场竞争需要良性循环，建立健全市场营销机制可为现代企业市场营销管理工作的开展提供制度指导，可以保证营销管理决策做出的正确性<sup>[9]</sup>。首先，创建现代化市场营销机制，以客户为导向，规范企业市场营销管理，尽可能确保市场供需的稳定性，规范市场营销人员营销行为，保证营销管理方法合规合法。其次，创建沟通机制，加强各部门之间的联系，通过沟通机制为数据信息共享创造良好条件，确保数据信息传输的时效性以及有效性等，以便于保证市场营销方案的制定符合客户需求。最后，建立与完善考核、激励机制，奖罚分明，以此促进营销人员工作积极性，提高企业经济效益。与此同时，有助于提高企业服务水平，提升客户满意度。

### （三）逐步完善市场营销策划

市场变幻莫测，为适应市场变化趋势，满足客户需求，现代企业需要逐步完善市场营销策划，以此保留或强化企业市场竞争力。首先，市场营销工作人员需要全面分析业务地位与产品销售环境等，明确产品优势、劣势，以此为基础制定市场营销策划，强化项目策划，正确把控市场营销方向。建立常态化市场调研机制，采用深度访谈、问卷调查、行业报告分析等方式，持续跟踪国内外市场动态，掌握客户需求变化等信息。运用大数据手段深度挖掘和分析收集的数据信息，从中提炼出目标客户群特征、偏好，为精准营销提供可靠数据依据。根据市场调研结果，明确产品定位、渠道定位、价格定位，实现营销活动更为精准、高质量展开。其次，深入研究行业产品研发、生产需求，牢牢抓住目标市场，策划市场营销方案，随后可以适当进行下一级市场产品的研发，以此扩大市场占比，强化市场竞争力。另外，市场营销策划十分重要，企业需要确保市场营销大方向准确<sup>[10]</sup>。最后，营销策划的完善需要注重差异性，重点突出产品的营销特色，注重营销策划的创新性，以此促进现代企业市场营销的创新性发展，提升企业市场营销策划水平。依据客户需求，推行定制化服务，充分契合客户需求，提高客户粘性。由于某些行业较为特殊，面向的受众也较为特殊，可以制定差异化营销策略，吸引潜在客户，凸显出企业特色。灵活运用公关、广告、直销和促销等营销手段，塑造良性的品牌形象，提高品牌美誉度和认知度。

### （四）不断创新市场营销策略

市场竞争日益激烈，现代企业若想在激烈的市场竞争中脱颖而出，便需要注重市场营销策略的创新。首先，定价策略创新。社会对于产品价格的关注度逐渐提高，且产品价格审核越发严格，合理且科学的定价策略可以保证在价格审核通过的基础上实现经济效益最大化目标，以此提高企业市场竞争力，扩大企业市场销售份额。其次，渠道策略创新。渠道策略的制定可为现代企业营销数据的获取提供沟通渠道，策略的创新需要抓住客户渠道，全方位了解客户变化需求与相关决策，精准获取市场数据信息，确保渠道策略创新的有效性。最后，公关策略创新。客户的

保密性较强，进而营销沟通机会较少，公关策略的创新可以进一步提高产品营销的保密性，加强买卖双方沟通交流<sup>[11]</sup>。

#### 四、结束语

受经济全球化发展的影响，市场竞争日益激烈，国内现代企业若想在激烈的市场竞争中占有一席之地，便需要注重市场营销

管理，了解研发创新、客户管理、渠道管理、数据分析以及定位与品牌建设等市场营销管理内容。当前，国内现代企业的市场营销管理存在市场营销理念有待创新、市场营销机制有待完善、市场营销策略有待明确以及营销策划缺少客户导向等现象，需要企业通过形成现代化的营销理念、建立健全市场营销机制、逐步完善市场营销策划以及不断创新市场营销策略等措施给予改善。

#### 参考文献

- 
- [1] 李亚中, 贺峻华, 曹婧, 等. 以客户关系为视角的军工企业营销策略 [J]. 航天工业管理, 2023, (08): 7-10.
- [2] 侯卓楠. R 军工产品公司营销策略优化研究 [D]. 河北经贸大学, 2023. DOI:10.27106/d.cnki.ghbj.2023.000252.
- [3] 王海云. H 公司军工产品营销策略优化研究 [D]. 云南师范大学, 2021. DOI:10.27459/d.cnki.gynfc.2021.001684.
- [4] 白祥志. A 军工公司市场营销绩效评价与管理优化策略研究 [D]. 西北农林科技大学, 2021. DOI:10.27409/d.cnki.gxbnu.2021.002156.
- [5] 黄黎伟, 方迪, 杨德喜. 市场竞争下的军工企业市场营销管理解析 [J]. 今日财富, 2021, (05): 54-55.
- [6] 陈吉彬. 市场经济条件下军工市场营销的模式选择 [J]. 中国市场, 2020, (05): 134+150. DOI:10.13939/j.cnki.zgsc.2020.05.134.
- [7] 毛汝俊. 探究新形势下军工电子企业市场营销之路 [J]. 广西质量监督导报, 2019, (09): 153.
- [8] 王艳秋. 军民融合背景下 J 公司反无人机产品营销策略研究 [D]. 电子科技大学, 2019. DOI:10.27005/d.cnki.gdzku.2019.000206.
- [9] 顾辉. 军工企业市场营销创新的方向探析 [J]. 中国市场, 2019, (26): 131-132. DOI:10.13939/j.cnki.zgsc.2019.26.131.
- [10] 张婧. 论市场经济背景下军工市场营销的模式选择 [J]. 中国市场, 2019, (02): 141+143. DOI:10.13939/j.cnki.zgsc.2019.02.141.
- [11] 刘小姣, 马云飞. 军民融合背景下的军工市场营销模式 [J]. 现代营销 (下旬刊), 2019, (04): 88-89.