

电子信息时代企业市场营销管理路径探究

田丽琴

杭州休普电子科技有限公司

DOI:10.12238/jpm.v6i5.8047

[摘要] 随着科学技术的不断发展,做好企业市场营销管理工作,不断优化现有管理方法,这对相关工作人员提出了更高的要求。电子信息时代下,传统的管理模式已无法满足当前的发展需求。对此,需要对现有市场营销管理工作不断创新。本文主要分析了电子信息时代下优化企业市场营销管理工作的重要意义,然后论述了目前在管理过程中存在的问题,最后结合当前实际提出有效策略方法。这为推进市场营销管理工作的顺利开展奠定了重要基础。

[关键词] 电子信息; 市场营销; 问题策略

Research on enterprise marketing management path in electronic information era

Tian Liqin

Hangzhou Xiupu Electronic Technology Co., LTD.

[Abstract] With the continuous development of science and technology, improving corporate marketing management and constantly optimizing existing management methods have become higher demands for relevant personnel. In the era of electronic information, traditional management models can no longer meet current development needs. Therefore, it is necessary to continuously innovate in existing marketing management work. This paper mainly analyzes the significant importance of optimizing corporate marketing management in the age of electronic information, then discusses the problems existing in the current management process, and finally proposes effective strategies based on current realities. This lays an important foundation for promoting the smooth implementation of marketing management work.

[Key words] electronic information; marketing; problem strategy

前言:

市场经济快速发展,发展环境更为复杂。对此,在电子信息时代背景下,企业要加强对市场营销管理工作的重视力度,不断优化现有管理内容,坚持对管理方法不断更新,更要紧跟时代发展步伐,收集市场信息,及时调整企业内部各项策略,才能保证企业的经济效益。市场营销管理工作中通过科学的管理方法,努力提高企业的市场占有率,积极探索科学性、有效性路径,这有利于增强企业的核心竞争力。

一、电子时代下优化企业市场营销管理工作的重要意义

(一) 有利于完善现有管理制度

在新时代发展背景下,做好企业市场营销管理工作,结合企业发展需求,不断调整现有管理制度,这对企业的长远稳定发展发挥着重要意义。同时企业制度的优化和调整,也需要以市场营销管理工作为基础,通过对市场信息进行调查,帮助企业内部各项政策制度做出优化。同时结合市场竞争环境进行分析,企业管理中市场营销管理直接影响着企业的经济效益。对此,只有落实好市场营销管理工作,才能够有效提升企业的管理质量。

(二) 有利于提高企业经济效益

市场营销管理工作的开展是对传统管理方法的变革。通过运用科学的营销策略和方法,做好企业内部员工的培训工作,

这有利于提高企业的人员业务水平。同时优化企业管理工作方式，增强企业内部员工责任心，使员工始终遵守职业道德，这在为提高员工的职业素养和综合素养发挥着重要作用。个人工作水平提高的同时，也增强了企业的行业竞争优势，从而提高了企业的经济效益。

（三）有利于提高企业产品质量

电子信息时代下，做好市场营销管理工作，有利于进一步提高产品的质量，在市场营销中，通过对产品进行推广，了解群众的实际需求，从而不断提高现有生产产品标准。市场营销管理工作中注重对客户的产品反馈，以及对产品的市场需求分析，因此做好市场营销管理工作，通过市场营销部门收集相关产品信息，为不断提高现有产品质量提供了重要依据。

二、电子信息时代下企业市场营销管理工作中存在的问题

（一）管理理念落后

受到多种因素影响，在电子信息时代下，部分企业依然沿用传统的理念和方法，更加注重对产品的推广，而忽视了对市场信息的收集，没有做好市场调研工作，不了解消费者的实际需求。在此条件下直接影响了企业的经营发展。再有市场营销管理工作落实到位，使企业内部相关决策者在对产品进行优化调整时没有有效依据，管理理念的落后性，使得企业相关工作人员盲目的生产产品以及开展相关营销工作，这既浪费了人力物力，同时也为整个企业的发展增添的困扰。

（二）缺乏专业人才

电子信息时代下，更加注重工作人员的个人技术应用水平。而在市场营销管理工作中，由于没有及时对人员做出调整，不注重积极引进优秀的专业人员，不善于应用电子信息技术手段，这影响了整个企业的生产效率。并且企业内部人力资源配置不合理，人才培养方面不及时，依然沿用传统的方法进行培训，这无法满足当前市场营销的实际需求。企业内部人才建设规划不合理，缺乏专业性技术型优秀人才进行管理，这也影响了整个企业管理工作的开展。

（三）整体规划不合理

为不断提高现有企业市场营销工作质量，需要企业内部做好整体规划，然而结合当前实际，由于各项工作规划不合理，企业市场营销项目投入成本较高，效益较少，这影响了企业的经济收益。同时在各项目市场营销项目中，没有做到精细化、全面化管理，对于产品没有进行严格管理，这影响了企业的整体

发展。再有部分企业更加注重短期效益，忽视了长远发展目标，整个市场营销管理工作中，没有做出有效规划，缺乏整体意识，这也增添了企业的发展阻力。

三、电子信息时代下优化企业市场营销管理的有效策略

（一）更新管理理念

由于管理理念的落后性影响了整个企业的发展步伐，因此在电子信息时代下，企业应当突破传统管理理念的束缚，结合市场发展变化，注重消费者需求，对现有企业管理工作作出调整，要收集有效的反馈信息，保证反馈信息的真实性，为企业内部各项决策的制定提供重要依据。在产品的优化和创新方面，同样以收集的信息为标准，从而调整现有产品保证产品质量。电子信息时代下，网络信息技术发挥着突出作用，对此，要将信息技术手段应用于市场管理中，发挥技术的重要优势，实现信息化交流平台，做到资源共享，这也迎合了当前的发展需求。企业市场营销要在新的理念下，将大数据云、计算等各种信息技术应用于管理中，实现资源的有效整合，对信息进行快速提取，这有利于保证市场营销的管理质量。比如，结合某食品公司而言，在日常营销管理中可以通过网上调查方式收取相关数据，并以数据为支撑反映当前市场营销中存在的问题，把握企业发展的关键信息，通过对信息进行提取，为企业内部制定科学的决策提供重要依据。

（二）做好人才培养工作

电子信息时代下市场营销管理工作，需要以人为基础，做好人员的合理配置，对现有人才培养模式不断创新，需要从以下几点入手。首先要做好人才的严格筛选，对于企业市场营销人员要求具备相应能力，注重高素质高技能应用人才。尤其是要善于运用现代化信息技术，能够结合企业的实际发展现状，运用有效的管理方法，保证企业的经济效益。其次要加大人力投入。积极引进专业型优秀人才，要求具备相应市场营销专业知识，企业方面可以以高薪、福利待遇等多种方式吸引优秀人才，从而发挥出优秀人才在企业市场营销当中的重要价值。最后企业要做好内部的培训计划，对于现有员工，要注重定期进行培训，提高工作人员的自身综合素质。并且在电子时代背景下，更要注重现有员工技术应用水平的提高，全面做好培训工作，为员工提供更多的学习路径，有利于促进企业员工个人的成长。还可以通过奖惩制度，增强员工的管理意识和责任感，做到权责一致，出现问题要追究到个人，从而不断提高员工的

职业素养。做好人才培养工作，不断扩大现有管理队伍，也有利于提高企业的市场营销管理水平，并为保证企业的经济效益提供了重要基础。

（三）完善管理制度

市场营销管理工作中，各项工作要求以制度为依据，对此一个完善的管理制度对企业的发展起着重要意义。电子时代背景下，不断完善现有市场营销管理制度，要求从以下几点入手。第一，要求各项工作严格按照规章制度执行，保证各项工作的开展。营销工作要坚持科学性、合理性，更要落实好各项管理工作，要把握市场营销各个环节，将管理理念融入各环节中，通过制度来保障。第二，要结合企业实际发展现状，分析企业目前存在的问题，同时调查市场环境，明确自身的优势和不足，要帮助企业做出正确的决策。实际营销管理中，针对市场营销项目，要提前做好市场调查，制定科学有效方案，严格按照市场管理制度流程执行，进而保证企业的经济效益。第三，要做好企业内部的检查工作，相关部门要加大对这方面的重视，加强对市场营销管理工作的监督，一旦出现问题，需要及时采取措施进行处理，防止影响整个企业的经营发展。企业内部要实现资金的合理配置，保证资金的高效利用，对此相关部门要加强对财务部门的有效监督，通过不断完善现有财务管理制度，使财务各项工作流程更加完善。第四，要完善现有市场营销管理评价制度，针对目前营销项目、营销策略方法进行综合评价，对出现的问题及时进行反馈，进而提高市场营销策略的科学性，为企业的发展创造稳定的环境。这需要完善的制度为支撑。

（四）创新营销方式

电子信息时代背景下，企业营销方式需要坚持与时俱进不断调整，要对此方面进行大胆创新。积极推进网络营销方式，形成网络营销意识，这迎合了广大消费者的需求。对此，需要企业内部相关人员要了解和网络营销知识，加深对此方面的重视，更要充分认识到网络营销在电子信息时代下的重要应用价值。市场营销管理工作中，不断优化现有营销管理流程，真正做到信息化管理，这为提高企业的管理质量发挥着重要意义。以某一企业为例，在市场营销中可通过网络营销方式，打造企业独立品牌，通过相关数据分析消费者对于品牌的考虑点，要综合消费者的反馈情况，对现有产品做出调整。一般而

言，优秀的企业品牌更能够被消费者所青睐，因此，不断创新现有营销方式，通过网络营销能够更好地了解消费者的需求变化，增进企业与消费者之间的粘性。同时产品的展示至关重要，能够有效调动消费者眼球，吸引消费者消费，企业营销中还可以通过网页制作方式，加大产品的宣传，对产品进行科学合理设计。比如，在网页设计中，要求对色彩搭配、文字解说等各种因素进行分析，既要突出重点，又要整体美观，这需要运用全新的营销方式。另外，保证产品的质量同样至关重要，在市场营销管理中要以产品质量为前提，并在此基础上调整现有价格，从而获取更多的消费者进行消费，达到理想的市场营销效果。创新营销方式的同时，更要坚持与传统的营销模式相结合，实现二者优势互补，发挥二者长处，才能更好地满足消费者的需求变化。营销方式的创新不是对现有模式的否定，而是在现有基础上的改革和发展。创新市场营销模式还可以通过不定期开展促销活动方式，增加企业的产品销售额，保证企业的市场竞争力。

总结

总之，在电子信息时代下，做好市场营销管理工作，需要企业结合当前实际，不断优化现有管理方法，更要紧跟时代发展步伐，抓住机遇，促进企业的稳定发展。市场营销管理工作一方面要注重从企业内部入手，对现有存在的不足之处进行调整，另一方面要注重外部市场变化，结合市场情况对企业内部工作作出优化。本文通过更新管理理念，做好人才，培养完善管理制度，创新营销方式等措施，为提高现有市场营销管理水平提供重要参考。

【参考文献】

- [1]黎凯.大数据时代下企业市场营销方式变革及创新研究[J].商展经济, 2024(7): 56-59.
- [2]庄若娴.谈大数据时代企业市场营销管理信息化模式构建[J].中文科技期刊数据库(全文版)社会科学, 2023(4): 4.
- [3]郭武.探究信息化时代市场营销渠道模式创新途径[J].消费导刊, 2023(7): 81-84.D01: 10.12229/j.issn.1672-5719.2023.07.021.

作者简介：田丽琴，出生年月：1983年5月6日，女，民族：汉，籍贯：浙江，职务：副总经理，职称：中级会计师，学历：本科，研究方向：企业管理。