

新时期钻探设备市场营销探索

康楠

中煤科工集团西安研究院有限公司

DOI:10.12238/jpm.v3i6.5045

[摘要] 钻探设备是钻探工业发展过程中较为重要支撑,更是建筑建设、地质勘测等领域工作的关键设备。钻探设备应用的高效性会对勘测工作的准确性造成较大影响。同时这也是钻探设备的关键卖点。尤其是面对经济全球化与经济网络化高度发展的当下,如何采用有效的营销策略,占据钻探设备销售市场优势,成为了现代钻探设备企业必须慎重考虑的问题。基于此,文章主要对新时期下钻探设备市场营销策略进行了分析、探讨,以供参考。

[关键词] 钻探设备; 营销策略; 价格; 品牌

中图分类号: P634 **文献标识码:** A

Exploration of drilling equipment marketing in the new era

Nan Kang

China Coal Science and Engineering Group Xi'an Research Institute Co., Ltd. Xi'an

[Abstract] drilling equipment is not only an important support in the development of drilling industry, but also a key equipment in construction, geological survey and other fields. The efficiency of drilling equipment application will have a great impact on the accuracy of survey work. This is also the key selling point of drilling equipment. Especially in the face of the high development of economic globalization and economic networking, how to adopt effective marketing strategies to occupy the advantages of drilling equipment sales market has become a problem that modern drilling equipment enterprises must carefully consider. Based on this, the article mainly analyzes and discusses the marketing strategy of drilling equipment in the new era for reference.

[Key words] drilling equipment: marketing strategy; Price; brand

就当前情况而言,钻探设备市场中的品牌种类较多,也具备一定的市场认知水平。但是,许多企业在进行市场营销拓展过程中过于重视对国际知名品牌的打造,忽视了对钻探设备品牌的影响,缺乏完善、有效的品牌管理机制,营销工作模式不够系统,对钻探设备的营销推进、扩大造成了较大影响,不利于企业形成稳定的营销模式。对此,钻探设备企业必须正确认识当前钻探设备市场现状,并采用有效的市场营销策略,构建形成高效的营销机制结构,提高钻探设备营销效益,推动企业实现可持续发展。

1 新时期钻探设备市场营销相关概述

企业想要在日渐激烈的市场竞争中获得较为明显的竞争优势,必须制定实施准确的销售市场营销战略。面对经济全球化,以及信息全球化高度发展的当下,钻探设备企业的市场营销战略需结合行业环境、企业内部等因素进行目标市场定位分析。同时要求营销人员必须强化和提升营销理念,创新营销方式,才能有效实现经济效益最大化。对此,企业应积极转变传统的被动型销售方式,转向深度销售模式发展,注重客户关系营销。结合

深度的市场调查分析,进行营销策略组合,打造良好的品牌形象,提高客户粘性,提高产品的市场竞争力与控制力。面对新的经济发展形势,以及随着我国市场经济体系的不断完善,钻探设备企业唯有加强对企业资源的集中整合,构建形成坚固的战略市场区域,才能保持产品在市场上的较好竞争优势。近些年,在可持续发展理念的推动下,许多钻探设备企业对其管理流程进行了优化、再造,提高了设备生产的技术水平,同时也更为重视员工培训工作,钻探设备生产水平也因此得到了大幅提升。然而,面对新的市场形势,随之而来的是销售困境。高度内卷的钻探设备销售市场,使得企业之间的竞争越发激烈,甚至一度陷入恶性循环的价格战。新形势下,如何走出销售困境,采用正确的营销策略,提高钻探设备销售水平,成为了现代钻探设备企业必须慎重解决的问题。这就要求钻探设备企业营销人员必须重视加强钻探设备销售的内外环境分析,确定明确的市场目标,制定高效的营销策略,实施有效的营销活动,实现钻探设备市场营销水平的有效提升。

2 钻探设备市场营销现状探讨

当前在市面上有诸多类型钻探设备品牌,且存在一定的公众认知度,但是在国内市场发展中大部分都侧重于国际知名品牌,而没能重视起钻探品牌营销工作,没能科学构建起品牌管理机制,并未形成系统化工作模式。部分钻探设备厂家一直为特定企业提供设备,缺乏多元化的营销渠道,并且未能形成良好的品牌认知度,所以用户认可度普遍不高,对其钻探设备的营销以及管理非常不利。在实施市场营销过程中,往往会采用到非正常营销手段,缺乏优良的工作模式以及机制。二者也在一定程度上反映出钻探设备营销存在系统性以及规范性等问题。具体表现如下:首先,在开展钻探设备营销过程中没有形成正确观念,并未构建起科学、可行的分析机制,缺乏完善的计划方案,所以难以确保市场营销工作的科学性和统一性。而且在实施钻探设备营销过程中,并未有效落实相关工作制度,缺乏合理管控体制。其次,在进行市场营销时存在注重订单而忽略市场分析的情况,并未开展综合市场调研工作,工作方式不够合理与有效。而且在实际营销过程中缺乏团队意识,使得钻探设备市场营销工作难以得到顺利推进。

3 新时期优化钻探设备市场营销相关策略

3.1 市场营销观念方面

首先,应当要给客户树立起创造价值观念,把客户收益视为营销载体,合理组织分析工作,为客户提供收益分析机制。基于投资收益的合理分析下能够给客户提供的精准的数据信息,提高其采购钻探设备的积极性,同时能够主动参与到交易活动当中。不仅如此,在开展市场营销过程中还应当要建设一个优良的环境和氛围,在确保利润的基础上尽可能节约投资成本,促使各方面工作都能得到有序开展。其次,形成科学的市场竞争观念,通过科学全面的分析市场情况,通过对比分析再找出自身营销工作中的不足,并采取有效的应对措施。与此同时应当要建设起科学的竞争意识规划管理制度,强化宣传教育工作,让营销部门能够形成科学的竞争意识,并对其营销思维以及行为进行规范,运用合理有效的营销手段来提高自身市场竞争优势。再者,树立起科学的需求观念。通过综合分析产业链来确定钻探设备和市场的关联程度,通过动态掌握市场信息来创建商机。对于需求来说,企业还需要深入研究分析消费者的需求,并掌握消费者的潜在需求,基于科学创新来达到差异化竞争分析的目的,通过对市场发展状况进行了解和预测后,建设起合理的工作机制,满足市场发展的需求。此外,需要提高团队协作意识。根据钻探设备营销特点构建起多样化的工作体系,让钻探设备营销内容得以丰富。并且在团队协作时需要强化团队意识,让营销部门能够正确认识到团队合作的重要性,进而形成合理可行的营销机制,全方位开展市场营销工作。

3.2 营销服务方面

对于钻探设备市场营销而言,制定并实施有效的产品服务策略至关重要,这也是企业营销得以实现可持续性的重要保障,是企业打开或拓展市场的关键。钻探设备企业在制定服务策略过程中,需结合客户实际需求,提供针对性的产品服务。首先,

是要对客户购买需求进行充分了解,加强与客户的沟通,更好地激发与提高客户的购买欲望。其次,是要提高优质的售后服务,尽可能地优化交易流程,为交易的达成提供便利。钻探设备的售后服务主要包括了交易达成之后的设备运输、安装、调试、使用、维护等方面。最后,需要合理利用服务机制有效化解营销危机,在营销活动中化被动为主动。在进行钻探设备营销过程中,需加强对客户购买潜力的充分挖掘。通过不断完善售后服务,加强设备更新、完善技术服务体系等手段,不断挖掘客户潜在消费能力,拓展销售新渠道。对此,钻探设备企业应建立完善的产品售后服务体系,加强对售后人员的服务培训,加强对设备使用情况的定期跟踪、回访。对于产品使用过程中产生的故障问题应积极维修,承担相应的赔偿责任,提高企业信誉水平。对所有的客户进行建档管理,对不同客户及其设备使用情况进行定期跟踪回访,制定相应的售后服务方案。以客户对设备的使用频率、设备运行强度、使用性能要求等参数为依据,进行相应的售后管理,不断改进产品缺陷,提高产品的市场竞争力。

3.3 产品竞争力方面

企业能够生产什么样的产品,不再是其占据市场优势的唯一标准,钻探设备企业之间的未来竞争,更多的是集中在产品能够提供的,包括包装、服务、信贷、交货等附加价值的衡量。通常而言,钻探企业生产的产品较具专业性,主要是面对最终用户市场进行营销。对此,钻探设备应结合对市场需求分析进行产品的不断创新,提高设备的技术含量,提高产品附加值。加强产品和市场需求的密切联系,加强对市场需求的深入调研,分析市场需求变化与趋势,在此基础上进行产品创新。同时需要结合对宏观经济发展、钻探设备行业变化、竞争对手发展等变化的考虑,对目标市场进行确定、细分,更好地为客户提供针对性产品。对于钻探设备企业而言,不一定能够深入了解客户所采购的设备的使用现场的情况。因此需要加强与客户的沟通合作,结合设备使用现场的特殊情况对设备功能、性能进行改进、优化,更好地解决设备使用的实际问题,获得客户的更高认可。其次,钻探设备企业需强化对核心产品的营销。钻探设备的生产会涉及到企业的核心技术与关键设备的使用,这一部分的科技含量较高,需在营销过程中进行重点把控。结合钻探设备市场供求失衡的现状,钻探设备营销企业应不断提高核心技术、设备的竞争力,更好地抢占市场。最后,则需强化品牌意识,在营销活动中重视产品销售与品牌建设的同步,为提高设备市场竞争力提供助力。

3.4 促销策略方面

在市场环境影响下,钻探设备的营销同样需要进行促销,使得潜在客户能够对设备性能有所了解,为拓宽市场做好准备。产品促销,是为了将产品信息传递给客户,进而激发其购买欲望的沟通行为,能够有效引发客户的营销反应。在促销策略制定时,需确保达到两个重要目的:一是和客户进行有效交流,对客户需求进行充分掌握,以及能够进行针对性的产品介绍,实现与客户需求的高度匹配;二是要说服客户促成交易。促进成交是钻探设备企业实施促销策略的目的,客情营销,提高客户满意度,做

好销售服务等都是较为有效的促销策略,这也是钻探企业在制定实施促销策略过程中必须慎重考虑的方面。除此之外,钻探设备企业还应加大设备产品的宣传力度,如通过行业杂志宣传、积极参加专业设备活动展览、加强官方网站建设等,不断扩大自身知名度,有效突出产品特色,建设良好的产品形象。

3.5 价格策略方面

价格是营销活动的重要组成部分,且市场需求会对产品定价造成直接影响,进而影响企业的营销成果。钻探设备营销价格的确定需要基于经济学理论,结合实践判断,根据市场进行灵活调整,更好地抓住市场机遇,实现营销效益最大化。价格因素是影响钻探设备综合评价的重要因素,在进行价格策略制定过程中需结合不同情况遵循质优价高的原则实施不同的价格策略。市场上的低价竞争,以及国家宏观政策等,都有可能对钻探设备营销带来不良影响。对此,钻探设备企业需针对不同区域、不同销售方式采用合理的差价营销策略。同时需要结合对行业市场、竞争对手、营销组织、利润目标等综合考虑,制定合理的价格。例如,采用交易差别定价,结合付款条件采用不同的折扣率,达到鼓励客户及时付款的目的。

4 钻探设备企业市场营销策略创新

4.1 重视知识营销

知识营销是新时期钻探设备企业营销方式的重要发展方向。知识营销要求钻探设备企业提高设备营销的知识含量,尽可能与客户构建层次明晰的营销关系,借助有效培训提高营销与设备技术含量、服务个性的契合性,更好地满足客户需求,提高客户消费体验。对此,钻探设备企业在构建知识营销过程中需重视产品文化内涵、核心技术营销亮点的挖掘,构建层次分明的客情营销关系,提高客户忠诚度,以及加强营销培训,建设专业的营销团队,满足客户的个性化要求。

4.2 重视加强营销整合

营销整合涉及钻探设备企业市场营销的整个过程,需要确保各个环节的高度协调统一。一是要加强资源优化配置,以此为手段充分发挥人力资源的重要作用,结合对外部市场资源的利用,抓住市场先机,确保战略营销的较好前瞻性,优化资源配置,实现营销效益最大化;二是要强化营销管理,建立健全完善的营销规章制度,提高内控水平,强化部门协同,细分销售市场,实现内外管理的有效结合统一,有效规避营销风险的同时提高市场

竞争力;三是加强对市场信息的利用,分析市场形势变化,及时调整营销战略,抢夺市场优势;四是提高市场竞争力。通过有效的营销战略整合,形成互相协作、互相监督的营销职能体系,充分调动各个部门的职能优势,提高钻探设备企业的整体市场竞争实力,提高市场营销优势。

4.3 开展精准服务

当前消费者对于产品的要求以及需求逐步提升,钻探设备市场营销工作也面临着巨大的挑战,所以这就要求企业能够提供多样化的营销方式,如品牌文化营销、关系营销以及体验营销等,并且能够基于客户角度来对其需求进行分析,以实现服务准确性与有效性。此外还可鼓励消费者为产品的设计以及开发工作提出建议,采取合理互动等方法来提高客户的信任程度。不仅如此,还可积极利用起现代化信息载体来宣传产品,并且有效利用打造品牌服务模式、建设企业文化等方式来推广企业的产品与服务,运用新媒体来大力宣传产品营销以及服务模式,通过设置质量反馈体系、回访制度等,实现市场营销水准的提高。

5 结束语

总而言之,做好钻探设备的市场营销工作对于企业的生产与发展而言尤为重要,所以要求相关工作人员能够正确认识到当前钻探设备市场营销工作的现状与不足,并且能够结合市场需求来运用有效的市场营销策略,以切实提高企业营销水准及经济效益。

【参考文献】

- [1]郭凯原.依托技术创新,打造差异化产品——专访实宜机械设备(佛山)有限公司销售总监冯家亮先生[J].生活用纸,2021(2):19-20.
- [2]白丽娜.NC集团公司激光设备海外市场营销策略研究[D].长春工业大学,2021.
- [3]吴博,潘丽.市场调研对重机设备制造企业营销的作用[J].一重技术,2018(2):3.
- [4]朱耿均.机械设备销售团队的人性化管理措施研究[J].区域治理,2020(28):202.
- [5]郑红,南庆霞,王瑗.机械设备如何实现个体化营销[J].营销界,2020(39):14-15.
- [6]杨超.市政工程机械设备管理中“6S管理”的应用探讨[J].营销界(理论与实践),2019(12):1.