

钻探设备营销策略探讨

陈烁

中煤科工集团西安研究院有限公司

DOI:10.12238/jpm.v3i6.5046

[摘要] 在进行钻探设备营销过程中,对营销工作体系进行合理构建至关重要,要求企业清晰明确营销要求与营销标准,实现对营销关系的有效协调。通过加强对营销模式的严格管控,能够更好地、更充分地体现钻探设备营销工作重要作用,不断拓宽钻探设备营销渠道与方式,进而实现对企业市场竞争力的有效提升,实现钻探设备企业经济效益最大化。基于此,文章对新经济形势下钻探设备营销环境变化情况进行了分析,剖析了当前钻探设备营销面临的主要困境,进而对优化钻探设备营销的相关策略进行了有效探讨,希望能够为相关企业提供有益参考。

[关键词] 钻探设备; 营销现状; 困境; 对策

中图分类号: P634 **文献标识码:** A

Discussion on the marketing strategy of drilling equipment

Shuo Chen

Xi'an Research Institute Co., Ltd. of China Coal Science and engineering group; Xi'an,

[Abstract] in the process of drilling equipment marketing, it is very important to build a reasonable marketing system, which requires enterprises to clearly define marketing requirements and marketing standards, so as to achieve effective coordination of marketing relations. By strengthening the strict control over the marketing mode, the important role of drilling equipment marketing can be better and more fully reflected, and the marketing channels and methods of drilling equipment can be continuously expanded, so as to effectively improve the market competitiveness of enterprises and maximize the economic benefits of drilling equipment enterprises. Based on this, the article analyzes the changes of drilling equipment marketing environment under the new economic situation, analyzes the main difficulties faced by the current drilling equipment marketing, and then effectively discusses the relevant strategies to optimize the drilling equipment marketing, hoping to provide useful references for relevant enterprises.

[Key words] drilling equipment; Marketing status; Dilemma; countermeasure

在社会经济不断提升发展以及科技日新月异的推动作用下,工业生产的现代化水平也在不断提升,地质地矿、石油开采、隧道开挖等行业对于钻探设备的需求量与性能要求也在不断提升,这就对钻探设备的市场供应带来了新的机遇与挑战。市场需求不断扩大,使得钻探设备企业生产规模也在不断扩大,大大推动了钻探设备生产行业的发展,同时也加剧了该行业的市场竞争。对于钻探设备企业而言,唯有实现高效的市场营销,方可提高设备产品的市场占有率,保障企业经营效益。换言之,现代钻探设备企业必须重视和加强对营销管理能力的标准提升,尤其是随着市场资源以及企业可利用资源的均衡发展趋势背景下,实现对市场资源与自身营销资源的合理分配与优化配置,成为了当前钻探设备企业必须解决的关键问题。

1 新经济发展时期钻探设备市场变化分析

1.1 消费需求发生改变

社会经济的快速发展,使得市场消费水平也在不断提升,尤其是网络购物的兴起,大大提高了消费者对于产品的多元化选择,同时也催生了消费需求层次的多样化。企业唯有不断实现对钻探设备产品的推陈出新,才能有效满足市场消费需求,获得较为明显的市场竞争优势。正是在这一发展趋势的推动下,许多企业加快了对产品的转型、升级,设备的类型、性能都在不断提升。尤其是消费市场的网络化发展,对消费习惯与消费需求造成了较大影响,对于钻探设备的要求不断朝着个性化方向发展,推动享受型消费理念的产生与扩大。网络经济下的商品细分推进,使得企业分工更为明确,同时市场需求的增加,也推动了企业生产制造的智能化、自动化,如此便也导致了较为严重的产品同质化问题。企业生产制造技术、营销手段的不断透明化,使得企业

不得不提高创新生产, 不断进行产品升级, 才能保持较好的市场竞争优势。

1.2 营销方式发生改变

互联网背景下, 企业传统的生产、批发、零售流通模式发生了变革式变化, 基于互联网的产品营销大行其道, 并日渐深化。基于网络销售平台, 消费者能够不受时间、地域限制地进行产品购买, 同时能够在网上进行多家产品、服务的对比, 大大节约了信息收集的时间成本, 提高钻探设备选择的合理性。尤其是线上支付模式的兴起, 使得商品流通环节大幅优化, 实现对时间、人工等资源的有效节约, 提高产品交易效率。网络交易的日繁荣发展, 在消费市场中占据了较大份额。在网络化影响模式下, 企业必须加强对营销方式优化的思考, 通过对产品价格、销售渠道、营销管理等相关要素进行综合分析, 明确顾客、成本、沟通的营销管理新目标。基于对客户需求的深入了解, 对钻探设备产品进行针对性社交, 不断优化销售流程, 降低营销成本, 实现高效的网络营销。

2 当前钻探设备营销面临的主要困境

2.1 仍受传统管理理念的较大影响

在国家宏观调控下, 钻探设备企业为快速适应市场需求、发展的变化, 采取了多项措施进行企业改革。由于长期受到传统管理体系的影响, 改革措施的制定相对于多变的市场环境存在较为明显的滞后性。尤其是一些国产企业未能及时调整营销管理模式而实现在短时间内适应市场变化, 未能结合对当地产业结构模式的变化进行融合调整, 形成了销售孤立的现状。比如, 在新产品进入市场过程中, 由于传统管理模式具备审批、论证慢的特点, 风险评估流程也较为复杂, 导致了企业新配套更新不及时, 供应链中的竞争优势遭到严重削弱。

2.2 市场营销队伍的专业水平不足

企业的未来发展会在较大程度上受到其市场营销整体水平的影响。就当前的钻探设备企业整体经营现状而言, 其普遍缺乏专业的市场营销团队, 企业的各项业务活动之间缺乏高效的沟通与协调, 造成了营销混乱的局面。同时, 有些钻探设备企业缺乏高素质、综合能力较强的市场营销管理人才, 不利于其营销渠道的维护与拓展。非营销专业管理人员缺乏对市场营销作用与价值的深入认识, 在实际营销工作中也无法实现对各种营销策略的全面考虑, 在进行人员组织与营销措施落实过程中也存在较大的执行缺陷。如此, 便对钻探设备企业内部人力、物力、财力等资源的充分利用与价值发挥造成了较大限制, 甚至会使得钻探设备企业丧失市场先机, 以及错误预测市场发展方向而导致严重的营销偏差。

2.3 缺乏对新媒体营销的足够重视

在信息化高度发展的当下, 新媒体营销是钻探设备企业市场营销实现网络化与信息化的重要方式, 也是企业实现稳定发展的重要基础。比如, 借助网络技术、信息技术进行大数据分析实现对市场客户消费习惯的全面了解, 分析和掌握客户消费心理, 结合客户需求分析进行目标产品的确定与直接生产, 更好地

迎合客户消费需求。尤其是在线上销售模式对于线下销售造成较大冲击下, 传统的销售模式受到得了较大限制。钻探设备企业唯有实现线下与线上营销模式的有机结合, 才能推动钻探设备企业实现营销效益最大化, 而这正是当前钻探设备企业所广泛欠缺的。

3 优化钻探设备市场营销的相关策略

3.1 构建形成正确营销意识

面对新经济发展形势, 钻探设备企业效益提高市场营销效益, 必须全面形成和提高正确的营销意识。首先, 需要提高为客户创造价值意识。企业在进行营销策略制定过程中需将客户收益充分考虑在内, 对钻探设备营销进行科学组织。加强对投资收益分析, 为客户提供精确信息, 提高主动购买积极性, 促成交易获得。同时在进行钻探设备营销管理过程中, 需重视为客户营造良好的体验环境氛围, 在征集收益的同时有效控制成本支出, 实现有序的钻探设备营销组织。其次, 要加强提高市场竞争意识。通过对市场发展动态的深入调研, 发现和明确钻探设备营销面临的主要问题, 进而采取科学应对措施。这就要求企业必须构建完善的竞争意识规划管理体系, 加强宣传, 推动营销的竞争意识。再者, 是要提高正确需求意识。基于对产业链条的科学分析, 明确钻探设备与市场之间关联程度, 准确把握市场信息, 并积极寻找、创造商机, 这就要求明确钻探设备与市场监管的关联性。对此, 钻探企业需结合对消费实际需求, 分析消费潜在需求, 立足消费市场实际, 掌握客户潜在需求, 有效解决创新导致的竞争战略差异化。此外, 就是要提高团队协作意识。基于此, 需重视和加强消费者实际需求分析, 根据钻探设备营销特殊性, 需构建形成多元化的工作机制, 不断完善团队管理内容, 采用多元化的工作机制, 完善钻探设备营销内容, 充分发挥营销部门的团队协作能力优势, 获得较为显著的营销效果。

3.2 强化人力资源管理水平

对于钻探设备企业而言, 营销环节中的各位员工能力直接关系到企业的收益情况。较之其他企业管理工作, 市场营销对于员工综合能力的要求更高。因此, 做好对人力资源质量与成本的控制是钻探设备企业提高市场营销成本控制效益的关键。但是在钻探设备企业的市场营销管理过程中, 营销部门不但能够在一定程度上实现对企业资金流动的监管, 同时也能够通过对员工工作成本、营销绩效的计算来进行员工价值判断, 更好地控制人工成本。因此, 钻探设备企业应对人力资源成本控制予以高度重视, 结合对资金流动情况的监管了对员工业绩进行观察, 基于对企业受益的贡献值来对员工价值进行合理判断, 进而通过适当增加报酬, 以及制定实施其他奖惩机制来激发、提高员工工作积极性, 更好地深挖员工潜能, 实现对工作岗位的合理分配, 在实现对用人成本有效控制的同时, 提高员工对企业的归属感。

3.3 与时俱进优化营销方式与内容

信息化时代背景下, 信息的传递、传播变得更为便捷, 同时, 各种信息热点也是不断涌现。所以, 新媒体营销人员必须加强对网络文化的深入了解, 进而结合钻探设备产品特点制定相应的

营销宣传方案,加强对新兴营销方式的学习,以及合理判断和运用营销平台,在遵循营销平台相关规则的基础上进行认真考量,合理发挥平台的营销功能。例如,直播带货是当前较为流行的营销手段,但是直播平台的应用也有着诸多限制。对此,钻探设备营销人员需重视对直播带货平台的应用,将其纳入企业的营销管理体系当中。除此之外,企业的新媒体营销人员还应根据产品特点,确定目标消费人群对合作对象进行合理选择,提高营销内容与宣传的针对性、有效性。

3.4 强化企业合作模式

在新的经济发展模式下,企业之间既存在互相竞争的关系,同时也应寻求竞争之中的合作关系,唯有提高企业之间的合作互助能力,提高企业营销水平才能更有效地迎接市场经济的挑战。在经济快速发展的推动作用下,钻探设备企业行业竞争越发激烈,面对这一发展现状,钻探设备企业应积极加强合作,提高竞争力来实现稳定发展。对此,企业在进行发展规划过程中需紧跟时代发展步伐,合理利用网络信息技术,实现发展模式的有效创新,同时注重提高产品质量,推动产品优化升级,建设和发挥企业品牌效应,实现市场竞争力的有效提升。除此之外,企业还需合理运用网络营销渠道,积极展开与网络平台企业的密切合作,拓宽产品宣传范围,提高宣传效益,进而达到提高产品销售水平的目的。例如,通过与淘宝、京东、抖音等网络营销平台的合作,通过对钻探设备产品的全方面展示,以及与客户进行实时沟通,更好地展示产品的同时,消除客户疑虑,促进销售线上成交。同时也可以借助互联网平台打造企业官方网站,营造和宣传企业形象,提高企业的外部营销形象。

3.5 创新和优化营销模式

首先,钻探设备企业可适当采用体验式营销模式,提高产品销售水平。体验式营销模式的应用要点在于利用有效的感官刺激来提高客户消费欲望,提高成交率。企业在进行钻探设备营销过程中,可通过引导客户进行试验、观摩、体验钻探设备,并在此过程中与客户进行互动,使客户实实在在感受到产品质量与服务水平,提高客户对于产品的认识、认可程度,进而推动成交。较之传统的片面重视产品质量而忽略客户实际使用体验的营销模式,体验式营销模式的应用,不但避免了浮夸营销、虚假营销对客户、企业带来的不良影响,同时能够使得客户能够真正体验和感受设备效果,进而在客户内心形成至直观的产品认知。体验式营销模式的应用,有助于钻探设备企业摆脱同质化模式制约,构建形成合理的营销模式,提高钻探设备营销水平。其次,加强对关系营销模式的有效渗透,实现对客户关系的有效处理。唯有重视和提高与客户之间的互动沟通,方可促进交流了解,建立彼

此信任关系。关系营销模式的应用关键在于对客户信息的全面把握。营销人员需积极利用信息技术对客户信息进行全面收集,并在进行面对面交流过程中建立良好的情感关系。营销人员对待客户的态度,在一定程度上表现着企业对于客户的重视程度。客户在感受到营销人员的真情实感之后,才会主动向其透露对于产品的偏好、兴趣等。此外,钻探设备企业关系营销模式的应用并非仅仅是针对个人客户,同时也需要结合其战略发展与供应链上的各个企业形成良好的互动交流关系,在市场上树立形成良好的品牌形象,基于客户需求主导,创设良好的营销文化,提高营销管理成效。

3.6 提供优质售后服务

钻探设备质量,售后服务等是确保钻探设备营销模式可持续性的关键。产品质量是企业营销根本,所以钻探设备企业必须重视提高产品质量,避免产品质量问题降低客户体验。其次,需要构建完善的售后服务工作体系,形成两良好的供需管理管理模式,不断拓宽营销市场。对此,企业必须加强对客户实际需求的准确把握,不断完善营销策略。做好售后跟踪服务,主动做好与客户的沟通联系,及时了解和掌握设备使用过程中的问题,并提供优质的售后维修维护服务,充分重视客户反馈意见,不断完善产品结构,带给企业良好的消费体验,维护良好的客情关系。

4 结束语

综述可知,经济全球化与信息全球化的不断深入发展,对钻探设备企业传统的营销模式造成了较大冲击,传统的营销模式不但无法满足当前钻探设备企业营销管理需求,并对企业的营销效益提升造成了一定限制。对此,钻探设备企业必须在深入分析当前营销现状的基础上,分析自身营销管理存在的主要问题,进而采取有效应对策略,不断完善营销管理体系,拓宽市场营销渠道,提高市场竞争优势。

[参考文献]

- [1]王瑛.P公司焊接设备营销策略研究[D].广西师范大学,2021.
- [2]苏林.M设备公司市场营销战略与策略研究[D].山东大学,2021.
- [3]纪恺昕.S市YF机械有限公司营销策略研究[D].汕头大学,2020.
- [4]陈迪生.SCHY电子医疗设备有限公司营销策略研究[D].电子科技大学,2020.
- [5]陶霄.X光伏设备公司市场营销策略优化研究[D].西南交通大学,2020.