

电商企业市场拓展的营销策略创新

文/李居凤

摘要：伴随电商时代的到来，新问题随之产生，其中当属市场营销问题最为显著。之所以会出现营销成绩不佳的情况，多是因为策略使用不当。要想打开这个局面，需要更新营销理念，优化营销措施。基于此，本文以电商企业为例，探讨如何提高市场营销水平，仅供参考。

关键词：电商企业；市场营销；创新策略

通过多年的努力，市场机制趋于完善，这对电商企业来说无疑是利好消息。在企业蓬勃发展之际，营销问题逐渐浮出水面。本文结合作者的自身学习与工作经验，谈谈如何创新营销策略，旨在提高电商企业的市场拓展能力。

一、电商时代所带来的影响

（一）营销范围拓宽

传统营销受到时间、空间等要素的限制，营销范围十分有限。电商时代的来临，解除了诸多限制。电商企业的客户来自天南海北，只要网络通畅，就可完成交易。同时，可以在任意时间进行交易，这对提高成功率很有帮助。用户在使用产品后，如果满意，就会代为宣传。随着时间推移，客户越来越多，营销范围也越来越广。

（二）中间环节省略

在当前模式下，电商企业将各类信息挂到网络平台，以待客户挑选。当客户选定产品后，便可下单付款。如果客户心存疑虑，就可在平台自带的交流模块中进行询问。只要电商企业能够合理解释，帮助客户去除疑惑，就能促进交易完成。在整个过程中，中间商并未参与其中。由此可见，在电商时代下，传统营销的中间环节已尽数省略，这对提高营销效率大有益处。

（三）交易更加便利

客户在点击购买按钮后，交易单自动生成。平台为保障电商企业利益，会要求客户支付货款。为避免出现货款两空的情况，平台会采取延时支付的方式，即客户在收到质量达标的产品后，点击确定支付，货款才会打入企业账号。当然，如果不作任何操作，客户在不申请延期的情况下，货款会在一周后自动打入对方账户。虽然交易过程有些繁琐，但胜在便利。只要买卖双方做到真诚以待，就能顺利完成交易。

（四）沟通更加便捷

在电商平台上，企业会呈现更多的内容。但由于认知存在偏差，会导致误会的出现。客户在购买前会慎之又慎，并吐露出内心的想法。电商企业要在平台上及时解答，以消除误会。当客户没有疑虑后，就会迅速下单支付。在整个过程中，只要网络、设备保持健康状态，就能实现无障碍沟通。

二、企业市场营销的创新策略

（一）推进设施建设

基础设施的重要性毋庸置疑，这是推进电商活动

有序进行的关键。电商企业要结合实际情况制定建设计划。内容涉及这几个方面：其一，确定设施清单，安排人员采购。在采购时，除了要关心价格，还要关注性能。其二，选择有实力的软件开发单位，并将需求系数告知，以此提升软件的实用性和功能性。随着设施建设的深入，一体化营销体系逐渐完成。实践是检验营销体系是否完善的不二之法，电商企业除了要广开言路外，还要开展外部考察，从兄弟企业处汲取经验教训。在营销活动开展过程中，要对设施进行维护，确保其保持在正确状态，这对提升营销效率很有帮助。

（二）创新营销方式

电商企业就好比鱼，市场就好比水，既然鱼儿不能离开水，企业自然也要立足于市场。市场调研内容涉及两方面：其一，对现有客户及潜在客户进行调查，依托大数据技术了解客户的消费心理，并以此为基础优化营销方式。其二，收集竞争对手的情报，尤其是有关营销方式的信息。通过深入对比，发现其中不足及优势。

（三）开展诚信营销

古语说得好，无信不立，无诚不久。如果电商企业无信经营，虽然能在短时间内积累一定财富。但问题曝光后，不仅要被追究责任，还会影响企业形象。客户就是衣食父母，不求阿谀奉承，但求诚信销售。为达成这个目标，需要电商企业对内部进行整顿，以减少违规操作。同时，开展业务培训，以提高营销能力。

（四）健全管理体系

制度具有很强的约束力，是规范行为，提高效率的关键。电商企业要着手推进管理体系建设，为市场营销奠定基础。具体做法是，企业领导要深入基层，了解最真实的情况，以便发现管理漏洞。赋予员工参与权和决策权，不断对漏洞进行修补。为确保管理与时俱进，要求电商企业依托市场变化进行调整。

在新时代背景下，市场营销问题日益凸显，对电商企业发展造成很大阻碍。为切实提升市场拓展效率，需对营销体系进行改良。改良工作要坚持四步法：第一步，推进设施建设，夯实发展基础。第二步，创新营销方式，增强营销能力。第三步，开展诚信营销，提升企业形象。第四步，健全管理体系，强化职能职责。

（作者单位：青岛飞洋职业技术学院）