

化工企业市场营销管理模式创新探讨

卫雪莹（中石化催化剂公司，北京 100176）

摘要：在当前经济全球化以及网络化的背景下，大众消费行为更加个性化。而化工企业作为对各种化学品以及化工产品进行生产、加工、销售的企业，面临着日益激烈的市场竞争。在新时代背景下，企业需要认识到，市场营销管理模式与企业营销目的与增加经济利润的实现具有紧密联系。要想提升企业的凝聚力以及竞争力，就需要结合时代发展的需求，进一步完善与创新市场营销管理模式，进而提升企业的经济效益。基于此，本文主要以化工企业作为切入点，对市场营销管理模式创新的意义与原则进行分析，并深层次探究化工企业市场营销管理模式创新策略，旨在通过与时俱进，不断创新，对多种合适的模式加以选择，以此进行化工产品的市场营销，使得化工企业在激烈的市场竞争中占据一席之地，获得长久以及稳定的发展。

关键词：化工企业；市场竞争；市场营销；管理模式；创新策略

0 引言

实际上，市场营销模式的创新，对企业的正常运行与发展具有直接影响。然而，经过对早期的化工企业市场营销管理模式进行分析可以发现，营销的主要思想为市场导向，企业会注重通过市场调研来对目标市场加以明确，并且与营销策略进行整合，而后集中可以利用的资源，对客户需求加以满足。然而，因忽视客户的不成熟性以及企业资源有限性，进而对市场营销的效果带来影响。并且，现代市场营销会注重与信息网络营销观念进行整合，属于时间与速度的竞争，但是传统营销模式会注重先对概念产品进行开发，而后制造样品、试制产品，最后产品影响，进而导致满足市场需求的时间比较长。为此，化工企业就需要注重对传统营销观念加以改变，进一步创新企业的市场营销管理模式，以此对市场营销效率以及市场竞争力进行提升。

1 化工企业市场营销管理模式创新的意义

1.1 有利于增强企业的竞争力

在激烈的市场竞争中，化工企业需要不断创新市场营销管理模式，以增强其竞争力。创新的市场营销管理模式能够帮助企业更好地把握市场需求，提高营销效率，从而赢得更多的市场份额。同时，通过引入新的营销理念和工具，企业还能够不断创新产品和服务，满足客户的多样化需求，提高企业的核心竞争力。此外，创新的市场营销管理模式能够促进企业内部管理的优化。企业通过采取更加科学以及有效的营销管理模式，能够实现内部资源的优化配置和流程的优化，提高管理效率，降低运营成本。这种内部管理的优化不仅能够提升企业的整体运营效率，还能够为企业创

造更多的价值。如此，便能够有效增强企业的市场竞争力。

1.2 有利于企业把握市场需求

随着科技的飞速发展，市场信息的传播速度逐渐加快，消费者的需求变化也日趋频繁。化工企业如果还停留在传统的市场营销管理模式中，仅凭市场调研和经验判断，很难准确把握市场的脉搏。而市场营销管理模式的创新，则意味着企业需要引入更为先进的信息收集和分析技术，对市场进行实时、动态监测，以此迅速捕捉市场的新变化、新趋势，以及消费者的新需求，从而及时调整产品策略、营销策略，确保企业在激烈的市场竞争中始终处于领先地位。同时，市场营销管理模式的创新，还有助于企业建立更为完善的客户关系管理系统。通过对客户数据的深入挖掘和分析，企业能够更加准确地了解客户的消费习惯、偏好以及潜在需求，从而为客户提供更为个性化、精准化的服务。如此，便能够在把握市场需求的同时，提升客户的满意度和忠诚度，为企业带来更为稳定的客源和更大的市场份额。

1.3 有利于提升企业品牌形象

在竞争激烈的化工市场中，品牌形象是企业赢得客户信任和忠诚度的重要因素。市场营销管理模式的创新不仅有助于企业更好地满足客户需求，还能够进一步提升企业的品牌形象。具体来分析，市场营销管理模式的创新能够推动企业在产品设计、生产、销售等各个环节，更加注重品质和细节。通过引入先进的管理理念和技术手段，提升产品的整体质量，减少生产过程中的浪费和损耗，从而为客户提供更加优质的产品。如此，便能够让消费者感受到企业的专业和用

心,进而提升企业的品牌形象。同时,企业也能够制定更加具有针对性和个性化的营销策略,满足不同客户的需求和偏好,进而让企业在众多竞争对手中脱颖而出,吸引更多消费者的关注和选择,从而进一步提升企业的品牌形象。

2 化工企业市场营销管理模式创新的原则

2.1 客户导向原则

客户是企业生存和发展的根本,化工企业要想进一步创新市场营销管理模式,就需要注重遵循客户导向原则,始终将客户需求和满意度放在首位,从客户的角度出发,深入了解客户的需求和期望,为客户提供优质的产品和服务。并且,化工企业还应加强与客户的沟通和互动,及时收集客户的反馈信息,以便更好地满足客户的需求。

2.2 差异竞争原则

在市场竞争中,化工企业应通过差异化的产品和服务来赢得竞争优势。企业应遵循差异竞争原则,根据自身的资源和能力,寻找市场上的空白点,开发具有特色的产品和服务,以满足不同客户群体的需求。通过差异化的营销策略和渠道模式,提高市场占有率,提升品牌影响力,进而实现市场营销管理模式创新。

2.3 价值创造原则

化工企业在创新市场营销管理模式的过程当中,应遵循价值创造原则,将价值创造作为市场营销管理的核心目标。通过提供高质量的产品和服务,为客户创造价值。企业还应关注产品的生命周期,不断优化产品设计,提高生产效率,降低成本,以提高产品的性价比。通过创新和研发,不断提高产品的技术含量,进而为客户带来更多的便利,提升化工企业社会效益与经济效益。

3 化工企业市场营销管理模式创新策略

3.1 提高思想认知,树立营销理念

新时代背景下,化工企业要想使得市场营销管理效果得到进一步提升,最首要的任务就是准确对自身进行市场定位,对全新发展理念加以树立,将市场营销作为企业发展的关键驱动力。通过提高思想认知,树立营销理念,进而使得化工企业能够通过早期的市场营销管理模式加以改善,提升企业内部竞争力,对市场的实际发展要求加以满足。在此过程当中,化工企业需要加大市场调研的力度,预测与分析化工市场,对市场的实际需求进行深入了解。化工企业还应注重对专门的市场营销部门进行设立,并且对营销部

门的具体工作标准以及工作职责加以明确,进一步细化营销战略,确保每一项营销活动都能与企业整体发展目标相契合。同时,化工企业应重视人才梯队培养,积极引进具备市场营销专业知识和实践经验的人才,加强内部培训,增强全体员工的市場意识,确保每个员工都能理解并参与到市场营销工作中。为在实际工作中灵活应对市场变化,化工企业应建立快速响应机制,对营销策略进行及时调整。通过实时监测市场动态,收集并分析消费者反馈信息,及时调整产品策略、价格策略、促销策略等,以适应市场的最新需求。如此,便能够提高企业的思想认知,确保化工企业在不断变化的市场环境中保持竞争优势。

3.2 加强内部控制,做好基础工作

化工企业在追求市场营销管理模式创新的同时,不能忽视内部控制的重要性。加强内部控制,确保市场营销活动的规范性和有效性,是市场营销管理模式创新的基础。为此,化工企业应建立更加完善的市场营销管理制度,明确市场营销活动的流程和标准,确保市场营销活动的有序进行。并且要注重加强对市场营销活动的监督和评估,以此确保市场营销活动符合企业整体发展战略和市場实际需求。与此同时,化工企业应加强市场营销团队的建设和管理。通过建立激励机制和考核机制,提高市场营销团队的工作积极性和创造力。还要进一步加强市场营销团队的培训和学习,提高团队成员的专业素质和综合能力,确保市场营销活动的专业性和有效性。此外,化工企业应加强市场营销数据的管理和分析。通过建立完善的市场营销数据库,收集和分析市场营销数据,为市场营销决策提供有力支持。此环节,也需要注重对市场营销数据进行保密和安全管理,以此确保企业信息的安全和稳定。通过加强内部控制,做好市场营销基础工作,能够确保化工企业市场营销活动的规范性和有效性,为市场营销管理模式创新提供有力保障。同时,也能够提高市场营销活动的效率和效果,进一步提升企业的市场竞争力和品牌价值。

3.3 成立分销联盟,消除利益冲突

早期的市场营销重在以生产商家作为起点,而后对一级分销商进行确立,并且逐步建立次级分销商,进而使得产品流通到终端客户的手中。然而,在这样的传统营销链条中,各级分销商之间以及厂家与商家之间往往存在利益冲突,导致市场效率低下,甚至可能损害品牌形象。为消除这些利益冲突,化工企业可

以积极寻求建立分销联盟的策略。分销联盟是一种新型的合作关系，强调厂家与各级分销商之间的紧密合作与利益共享。

在这种模式下，化工企业可以与各级分销商共同制定市场策略，分享市场信息和资源，确保产品在各级分销环节中的高效流通。通过分销联盟，化工企业可以更加精准地把握市场动态，及时调整产品策略，满足终端客户的需求。为成功建立分销联盟，化工企业需要明确分销联盟的目标和原则，确保各级分销商都能够理解并接受，并且制定详细的合作协议，明确各方的权利和义务，确保合作的顺利进行。化工企业还需要为分销联盟提供必要的支持和帮助，如产品培训、市场指导等，以提高各级分销商的专业素质和市场竞争力。

化工企业通过成立分销联盟，可以消除厂家与商家之间的利益冲突，实现利益共享和共赢。同时，分销联盟的建立还能够加强厂家与各级分销商之间的沟通和协作，提高市场响应速度和执行力。如此，便能够使得化工企业更好地把握市场机遇，提升品牌形象。在分销联盟的运营过程中，化工企业还需要建立专门的分销联盟管理机构，负责分销联盟的日常管理和监督，以此确保分销联盟的健康运行。

3.4 创新营销手段，保持竞争优势

在快速变化的市场环境中，化工企业要想保持竞争优势，就需要不断创新营销手段。

首先，化工企业可以充分利用网络市场营销。通过建立官方网站、社交媒体平台等线上渠道，与客户进行实时互动，及时传递产品信息和市场动态，提升品牌影响力。网络市场营销还可以利用大数据、人工智能等技术手段，精准定位目标客户群体，提高营销效率。

其次，化工企业可以探索关系营销手段。通过与客户建立长期稳定的合作关系，提供个性化的服务和解决方案，增强客户忠诚度。关系营销不仅有助于维护现有客户，还能通过口碑传播吸引新客户，进一步扩大市场份额。在实施关系营销时，化工企业需要关注客户的需求和反馈，及时调整产品和服务，以满足客户的期望。企业还应建立客户数据库，对客户信息进行深度挖掘和分析，以便更好地了解客户需求和市场趋势。通过举办客户活动、提供定制化礼品等方式，加强与客户的互动和沟通，建立更紧密的合作关系。

此外，化工企业还可以尝试其他新型营销手段，

如体验营销、文化营销等。体验营销主要是指通过提供产品体验服务，让客户更直观地了解产品特点和优势，从而激发购买欲望。文化营销则通过融入企业文化元素，提升品牌形象和认知度，增强客户对企业的认同感和归属感。在创新营销手段的过程中，化工企业需要关注市场变化和客户需求的变化，不断调整和优化营销策略，以此确保营销活动的有效实施。

4 结束语

综上所述，化工企业市场营销管理模式的创新是企业生存和发展的关键所在。随着市场环境的不断变化和消费者需求的日益多样化，化工企业面临着巨大的挑战。通过创新市场营销管理模式，企业能够更好地把握市场需求，提升市场竞争力，进而实现可持续发展。为此，企业需要注重结合实际情况，采取更加科学以及有效的市场营销管理模式，以此提升营销效率，优化内部管理流程，降低运营成本，提高产品质量和附加值，从而增强企业的市场竞争力。只有这样，企业才能在激烈的市场竞争中立于不败之地，实现高质量发展。

参考文献：

- [1] 刘正. 企业市场营销中的服务竞争策略研究 [J]. 商场现代化, 2023(24):57-59.
- [2] 林耀明. 营销管理策略对企业市场份额的影响研究 [J]. 商业观察, 2023,9(34):97-100.
- [3] 魏锦. 小微企业市场营销管理的不足及改进策略 [J]. 中国管理信息化, 2023,26(18):147-149.
- [4] 刘颖. 市场营销管理创新途径研究 [J]. 老字号品牌营销, 2023(17):21-23.
- [5] 宋永超. “互联网+”时代下企业市场营销管理的创新策略研究 [J]. 商展经济, 2023(13):142-145.
- [6] 马雯. 企业市场营销管理及创新措施 [J]. 上海商业, 2023(05):60-62.
- [7] 杨千阳. 企业市场营销管理及创新对策研究 [J]. 商展经济, 2023(08):53-55.
- [8] 邱勇. 探究市场营销背景下企业经济管理模式创新的对策 [J]. 商场现代化, 2022(28):11-13.
- [9] 杜佳辰. 国有企业市场营销管理模式创新研究 [J]. 前卫, 2023(5):140-142.
- [10] 柯回梅. 企业市场营销管理及创新策略分析 [J]. 现代营销, 2023(11):16-18.
- [11] 孙慧敏. 基于“互联网+”的企业市场营销模式创新研究 [J]. 中小企业管理与科技, 2023(04):68-70.