# 浅论统计学在市场营销中的运用

来源：网络 作者：紫芸轻舞 更新时间：2024-01-13

*当今社会中多数企业为了能够更好地促进市场营销效果，将本企业或者本行业几个月或者几个季度以及几年内的市场营销数据，通过数据加载分析来评估当前市场形势以及以后的发展趋势，而对数据的分析现代企业运用最多的手段就是统计学，统计学中的数理统计、多元...*

当今社会中多数企业为了能够更好地促进市场营销效果，将本企业或者本行业几个月或者几个季度以及几年内的市场营销数据，通过数据加载分析来评估当前市场形势以及以后的发展趋势，而对数据的分析现代企业运用最多的手段就是统计学，统计学中的数理统计、多元统计分析，抽样调查都为企业的数据分析提供了最科学和可靠的方法。通过市场营销管理中统计学理论及方法的运用，为企业市场营销管理工作奠定基础、为企业的市场营销工作提供准确翔实的市场信息。针对市场营销管理中对统计学应用的需求，现代企业市场营销管理中应加强对统计学理论及内容的关注。运用统计学方法解决企业营销管理中的实际问题，提高企业综合市场竞争力。

一、数据进行统计分析特点和管理方法

数理统计中统计分析的特征是定量和定性分析进行结合；把处理的数据作为依据，以统计的数据作为结果；分析方法具有特殊性；分析的范围具有广泛性。要紧紧依靠这些统计数据的特点，同时，充分把握好企业市场营销这一行业的特殊性，才能真正做好市场营销统计学分析的工作。正常来讲，企业市场营销管理的步骤可分为：分析市场所具备的机会、选择合适的目标市场、确立正确的营销组合策略、市场营销的决策和决策的实施与控制。这四个步骤与相应的统计学分析方法相配合，才能更好地为企业赢得更多的市场机遇，同时使企业的市场竞争力不断提升。

二、市场营销中的统计学分析方法

针对所属行业销售特点选择统计学方法的应用。针对不同行业的销售特点，企业市场营销管理中的统计学应用也存在着差异。根据行业销售特点，统计学方法的运用也有着一定的规律。在饮料、日用化工等快消品的销售中，描述统计、推断统计、顺序变量等方法的应用能够为快消品行业的市场营销管理提供翔实准确的市场信息，为快消品企业的市场营销策划方案提供科学的数据。通过统计学方法的运用使企业的快消品营销策划工作更加符合市场规律、符合市场销售特点，进而满足现代快消品企业销售目标需求、满足市场销售需求。

在现代社会里，企业如果要获得长远的竞争优势，一定离不开目标群体的满意度和支持度。目标群体，一般就是指顾客，当他们的需求被满足之后会产生心理的愉悦感。从统计学来分析，这个满意度就是指顾客的期望值与实际感知效果之间的差异函数，如果顾客实际感知的效果小于期望值，顾客就不会感到满意，反之，就会表现出满足。通常，顾客过去的购买经历，竞争者与销售者对自身产品的宣传与承诺，身边朋友的评论等，都会影响到顾客的期望值。因此，企业非常有必要通过统计学，对顾客满意度进行分析、测量，给企业的营销和决策提供更加可靠的依据。

三、以数据为依托分析当前市场状况

通过对统计学知识的运用，以当近期市场的数据反馈为依托，对当前的市场行情进行分析与比对。在当今市场经济的营销管理中，对市场的动态信息进行科学合理的分析，能够帮助企业的决策者们及时修改营销方案，满足市场变化对企业营销管理的需求。这一现状要求企业的市场营销管理部门能够及时掌握市场动态，运用統计学知识及统计学理论中的调研、整理、分子技巧为企业的市场营销管理工作提供准去的市场信息，确保企业市场营销管理工作能够符合市场销售的实际需求。针对现代企业市场营销现状及营销管理工作的需求，现代企业的市场营销管理工作中应强化对市场销售信息的收集与整理。利用统计学原理及要知道市场销售信息收集与管理工作，以此使企业的市场营销信息收集、整理、分析以及方案制定在统计学理论指导下得到有效开展，满足现代市场经济发展过程中企业的营销管理需求。

四、从市场的定价角度看统计分析的重要性

通常来说，企业的市场定价会受到多种因素的综合影响。成本导向、需求导向、竞争导向是企业市场定价的三种方法，这三种方法都是对于企业自身在市场上的竞争力而言，是企业为了让自己的产品或服务在如今激烈的市场竞争中更好的定位，赢得更多更大的市场份额而制定出的价格策略。这种定价策略要分析人为订立的利润与企业成本之间的比例，要充分研究竞争对手等各方面的定价因素，并认真分析消费者的有效需求，以寻求各个价格变量之间存在的近似的线性关系，从而准确进行营销策划。因子分析方法是市场定价中的统计学分析较多采用一种方法，根据几个不同因子的比较而获得多个值，并对这些值进行平均值的计算，从而确定产品的基准价格。本质上看，就是把统计模型的运算和决策问题运用到市场定价问题中，不同利润下的标准差和期望值制定出不同的市场定价方案。所以，在市场定价中准确的统计决策模型，不仅有利于提高资金周转速度，节约企业成本，还有利于提高企业的市场竞争力。在现代企业市场营销管理工作中，科学的市场调研是掌握市场动态、保障市场销售信息有效传达的关键。因此，在企业的市场营销管理工作中，应科学运用统计学调研方法对企业所属行业市场信息进行收集与整理。以基础数据、变量、统计逻辑学、管理统计学等内容及基础，对销售人员的调研信息进行统计与分析，对信息的科学性进行甄别。以翔实准确为中心进行市场信息的收集与调研、以科学性为重点进行信息的统计与分析，以此保障现代企业市场营销管理方案制定基础满足市场需求。统计学分析方法在市场调查过程中，无论是最初的信息收集阶段，还是信息处理阶段的分析过程和数据辨别，都发挥着无可辩驳的关键作用。在我们当前的市场经济活动中，要重视以人为本的管理方法，大力地强调定性向定量的方向发展，这一切都会涉及统计学方法。国家在进行经济调控时，也往往会使用到统计表格来表示一系列经济收支的情况，以便在宏观上对未来的经济投入比例进行相应的调整。

总之，企业要想得到最优化的市场营销方案，必须通过统计手段对市场的全面、科学分析才能获得，科学合理的统计分析，可以随时灵活地更改营销方案。

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！