# 浅论中小企业的营销策略

来源：网络 作者：花开彼岸 更新时间：2024-05-18

*二、中小企业的无品牌 营销 策略 首先，对于规模和生产水平都并不大的小型企业而言，企业成长的优势并不在于投入品牌广告和 市场 公关行为，而在于对市场灵活的应变能力和可调控的终端渠道。对于这一点，无品牌营销能够有利于小企业在面对市场时更好地发...*

二、中小企业的无品牌 营销 策略

首先，对于规模和生产水平都并不大的小型企业而言，企业成长的优势并不在于投入品牌广告和 市场 公关行为，而在于对市场灵活的应变能力和可调控的终端渠道。对于这一点，无品牌营销能够有利于小企业在面对市场时更好地发挥自身的优势，不浪费掉每一份投入。

其次，对于小型企业而言，无品牌营销更为企业节约了市场竞争的 成本 。如果作品牌营销，企业首先需要知道这是一个长远的工程，企业不仅仅是要创造出一个品牌名，更要围绕这个品牌名去作多元的辐射，这是因为品牌只在具有深厚底蕴的时候才能够对市场产生作用。而无品牌营销则绕过了这些繁文缛节，使企业直接面对市场，面对消费者的选择，作更有效更有实战的营销选择，既为企业减少了多余的开支，更增加了实际的市场开发空间。

小型企业要实施无品牌营销，需要进行思想的统一。

无论是新成立的企业还是已经发展了一段时期的小型企业，首先做到敢于对以前的工作说不。这是因为当企业决心要以无品牌营销实施市场行为时，应该勇于斩断曾经为企业和产品制定的有关品牌营销的所有战略规划，而这些战略规划在现在已经变得毫无意义了。

同时，更新企业自身已有的各单位组织和市场推广模式。过去某些与市场开拓和产品上市无关的部门应该肃清，重建为市场和产品运作市场的新部门。具体表现为，直接负责产品的生产、加工、销售计划、渠道 管理 的单独部门与收集和分析市场对产品的反馈信息，两大部门直接面对市场进行工作，简化工作流程，便于企业在生产中和市场紧密接轨，提高企业在市场中的应变能力和发展空间。

另外，在无品牌营销中，最大的优势在于最大限度地减少日常惯性支出和成本控制，这两大因素的贯彻实施能够有效提高产品在价格上的市场竞争力。在产品直面消费者时，产品名变得不再重要，企业名成为了醒目识别，消费者看到产品时能够有效同其他竞争产品作出认知和比较，提高企业的知名度和产品的市场记忆力。

没有质量的保证，产品即使成功登陆了市场，其生命力也是短暂的，对企业而言更是危机。保证产品质量，才能够得到市场的认同，才能够发生市场需要的持续。对于小型企业而言，提高生产和销售的规模就能够有效降低单位成本，并且在质量上得到一定程度的保证。有了质量，再有了成本的控制，就等于消灭了模仿对手的市场空间，为企业的发展争取到了独有的市场份额，以便企业不断获取市场利益，不断成长。

三、中小企业的网络营销策略

首先，中小企业可以选择比较有优势的地址建立自己的网站，建立后应有专人进行维护，并注意宣传，这一点上节省了原来传统市场营销的很多广告费用，而且搜索引擎的大量使用会增强搜索率，一定程度上对于中小企业者来说比广告效果要好。

其次，使用产品策略。中小企业要使用网络营销方法必须明确自己的产品或者服务项目，明确哪些是网络消费者选择的产品，定为目标群体，因为产品网络销售的费用远低于其他销售渠道的销售得费用，因此中小企业如果产品选择得当可以通过网络营销获得更大的利润。

网络营销中不可忽视的是价格策略，价格策略也是最为复杂的问题之一。网络营销价格策略是成本与价格的直接对话，由于信息的开放性，消费者很容易掌握同行业各个竞争者的价格，如何引导消费者作出购买决策是关键。中小企业者如果想在价格上网络营销成功应注重强调自己产品的性能价格比以及与同行业竞争者相比之下自身产品的特点。除此之外，由于竞争者的冲击，网络营销的价格策略应该适时调整，中小企业营销的目的不同，可根据时间不同制定价格。例如，在自身品牌推广阶段可以以低价来吸引消费者，在计算成本基础上，减少利润而占有市场。品牌积累到一定阶段后，制定自动价格调整系统，降低成本，根据变动成本市场供需状况以及竞争对手的报价来适时调整。

网络营销还有自身的促销策略，以网络广告为代表。网上促销没有传统营销模式下的人员促销或者直接接触式的促销，取而代之的使用大量的网络广告这种软营销模式来达到促销效果。这种做法对于中小企业来说可以节省大量 人力 支出、财力支出。通过网络广告的效应可以与更多人员到大不了的地方挖掘潜在消费者，可以通过网络的丰富资源与非竞争对手达到合作的联盟，以此拓宽产品的消费层面。网络促销还可以避免现实中促销的千篇一律，可以根据本企业的 文化 ，以及帮助宣传的网站的 企业文化 相结合来达到最佳的促销效果。

渠道策略也是不可忽视的，网络营销的渠道应该是本着让消费者方便的原则摄制。为了在网络中吸引消费者关注本公司的产品，可以根据本公司的产品联合其他中小企业的相关产品为自己企业的产品外延，相关产品的同时出现会更加吸引消费者的关注。为了促进消费者购买，应该及时在网站发布促销信息、新产品信息、公司动态，为了方便购买还要提供多种支付模式，让消费者有更加多种地选择，在公司网站建设时候应该设立网络店铺，加大销售的可能。

网络营销与传统营销模式不同还在于它特有的互动方式，传统营销模式人与人之间的交流十分重要，营销手法比较单一，网络营销则可以根据自身公司产品的特性，根据特定的目标客户群，特有的企业文化来加强互动，节约开支，形式新颖多样，避免了原有营销模式的老套单一化[3]。

综上所述，中小企业应根据自身的实际情况，在不断提高产品质量的基础上，采用适合自己的营销策略，使企业不断发展壮大。

参考文献：

[2] 吴建安.市场营销学[M].北京:高等 教育 出版社,202\_.

[3] [英]伊恩·查斯顿.营销E书[M].北京: 社会 科学文献出版社,202\_.

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！