

方案植入型营销方式在电气设备营销中的应用研究

许波

(国电南瑞南京控制系统有限公司, 江苏 南京 210016)

摘要:在我国社会现代化发展水平不断提高以及市场竞争环境日渐激烈的背景下, 各行各业为实现可持续发展目标, 都在积极主动将现代化理念和多元化措施融入到营销模式中。电气设备生产具有较强的传统制造行业特征, 准入门槛较低, 相关技术的创新速度较慢, 针对规模较小的企业, 无法利用技术创新提高自身市场竞争能力。因此, 电气设备销售企业应该将发展重点集中到销售模式的改革与创新工作中。而方案植入型营销模式主要是为客户在参与过程中制定各项营销策略, 以用户的实际需求为依据进行针对性开发, 最终利益高于产品功能利益。因此, 本文针对方案植入型营销方式在电气设备营销中的有效应用展开详细分析, 为进一步提高电气设备营销企业综合竞争能力奠定坚实基础。

关键词: 方案植入型 营销方式 电气设备 营销应用

中图分类号: F274 **文献标识码:** A **文章编号:** 1003-9082(2022)12-0088-03

方案植入型营销方式凭借自身具有的多元化优势, 逐渐成为目前我国工业企业高度重视的营销手段之一, 对方案植入型营销方式进行全面分析, 已经成为目前电气设备销售企业的重点工作内容。本文结合我国某电气设备销售企业实际发展情况, 对方案植入型营销方式展开系统性分析, 由于该企业电气销售方式以改革实践为依据, 涉及大量对经济环境的分析以及产业化企业存活情况的实践探究内容, 因此, 最终研究结果具有一定的实际价值和现实主义。在我国产业化企业处于社会变革的重要发展阶段时, 通常对企业形象的全面重塑给予高度重视, 会采取各种有效措施, 将企业传统销售方式快速调整为方案植入型营销方式, 或者采取将二者进行有效整合的方式, 提高企业实际经营经验和实力, 导致企业进退两难、无所适从。因此, 电气设备销售企业应该加强对产业化销售方式的全面重构, 建立以客户实际需求为目标导向的“方案植入型营销”方式, 提高各项经营措施的针对性, 从而为进一步提高电气销售企业综合竞争能力提供积极支持。

一、加强对企业组织结构配合营销活动方式的全面重构

该电气设备营销企业应该结合自身实际发展情况以及市场发展需求, 对方案植入型营销方式和构架进行全面重建, 对企业自身在市场竞争中的优势进行充分利用, 确保企业内部各部门之间的结构得到再一次优化与调整, 使各机构之间的业务关系得到充分理顺, 提高企业自主开发能力。

现阶段, 企业提高自身竞争能力的渠道具有多元化特征, 其中客户满意度与企业是否能够实现可持续发展目标具有密切关联。随着市场结构的不断调整, 客户需求发生了翻天覆地的变化, 对企业销售服务提出了多元化要求。在此过程中, 企业想要得到更多客户的认可与支持, 必须

站在客户的角度思考问题, 确保构建的管理构架能够为企业服务客户提供便利。企业以客户实际需求为导向, 对管理框架进行重新调整, 能够为方案植入型营销方式的有效开展提供便利条件。企业可以建立市场部、大客户部、应用工程部、质量管理部等全新部门, 借助全新的组织架构, 为方案植入型营销方式充分发挥作用提供有力支持。

比如, 在对组织架构进行重构之前, 在总经理职务下级设置销售副总、行政副总、研发总监、生产总监四个职务, 其中, 销售副总主要负责对销售部、商务部、市场部进行管理; 行政副总主要负责对财务部、采购部、行政部进行管理; 研发总监主要负责对项目管理部门、客户服务部进行管理; 生产总监主要负责对质量管理部、生产部、仓储部进行管理。

在对组织架构进行重构之后, 在总经理下级依然设置销售副总、行政副总、研发总监、生产总监四个职务, 但是销售总监的管理权限扩大, 主要对销售部、商务部、市场部、大客户部、客户服务部进行管理; 行政总监与生产总监的管理范围不变; 研发总监主要负责对项目管理部门、应用工程部门进行管理。

从中能够看出, 该电气设备销售企业对销售部门的权利进行了扩充, 使销售部门不仅能够将自身存在的大部分问题妥善解决, 而且还能使各部门之间的沟通成本大幅度降低, 从而为方案植入型营销方式的有效落实扫清障碍。副经理的主要工作职责是分管销售, 为客户提供针对性服务, 是客服部门的直接领导^[1]。

二、加强对CRM客户管理体系的建立健全

通过对客户关系管理内涵展开的详细分析能够知道, 为了使企业的综合竞争能力得到有效提升, 确保企业在开

展各项营销活动中遇到的问题能够在信息技术和互联网技术的加持下得到有效解决,应该对销售服务进行持续不断地优化,从多元化角度入手,为客户提供一体化的销售服务,建立完善的服务流程。从而使拓展新用户队伍、强化老用户队伍、巩固企业现有市场份额、不断拓展全新市场领域的目标得到有效实现^[2]。

企业通过对客户关系管理应用系统进行科学构建,能够使自身的销售服务能力得到有效提升,确保企业内部实现对用户信息的共享共用,对客户服务质量进行积极改进、对营销流程进行全面优化、对全新市场进行主动开发,利用专业技术,为客户提供优质服务^[3]。

该电气设备销售企业为了确保方案植入型营销方式得到真正落实,将“华为大客户管理办法”引入其中,以企业实际需求为依据,建立了一套“CRM客户关系管理系统”,在系统内输入企业所有区域的客户信息,然后利用系统生成针对性的客户服务指令,组织各部门开展专业的产品营销推广活动,使客户服务体系具有的自动化、标准化、智能化管理水平得到大幅度提高^[4]。

CRM系统能够确保收集到的客户信息具有较高的全面性,将包括客户基本情况、联系方式、注册地址、通讯地址在内的一系列信息进行整合,使销售人员能够结合实际情况,随时登录系统,对顾客资料进行查看。CRM系统具备准确划分和识别客户所处区域的能力,为企业不同区域营销活动的协同开展提供科学指导,销售人员只需按照系统划分的区域对各项营销活动进行组织即可。CRM系统中的客户信息能够为方案植入型营销方式的有效开展创造有利条件,结合不同客户所处的不同行业、对企业产品和相关技术提出的不同需求,能够帮助营销人员提前做好用户需求分析。在此基础上,对产品销量进行提前预估,从而结合预计销售量,对市场资源进行优化配置,借助合理分配,提高企业市场营销与服务水平^[5]。

CRM管理系统能够对企业不同时期的销售量与销售金额进行自动统计,比如,企业某区域市场本月新增客户数量、年度销售订单量、月度销售额度、本月实时日到账数目等。每个月的最后一天,企业应该组织各部门召开视频会议,对本月销售工作进行总结,对各个市场区域的销售变化情况进行详细分析;通过对销售人员工作情况的客观评价,明确掌握市场实际拓展进度,并且对下一阶段的销售工作进行提前部署,使方案植入型营销方式在CRM系统构建的有利环境中,充分发挥自身作用^[6]。

CRM管理系统的出现,能够使电气设备销售企业在新时代背景下建立的全新营销理念和工作要求得到充分体

现,彰显以客户为中心的价值观念,使营销管理层次得到切实提升,确保营销效果得到进一步强化。CRM管理系统能够使企业内部客户信息的共同共享目标得到有效实现,帮助企业与客户之间建立密切关联,使客户享受到企业提供的良好营销服务;企业利用CRM管理系统,能够将新产品的相关信息及时提供给客户,组织各部门开展市场调研,明确掌握客户需求的同时,对市场销售策略进行灵活调整;CRM管理系统能够为企业销售人员预测销售量提供科学支持,对市场未来需求进行测算,使企业销售部门能够以此为依据制定各项营销计划,确保销售人员对市场动态变化方向实时掌握,做好各项销售工作的应对规划。从中能够看出,在CRM管理系统的加持下,该电气设备销售企业的市场机遇更多、对市场的把控能力更强^[7]。

三、加强对各部门沟通机制的优化与完善

该电气设备销售企业通过对内部机制结构进行全面优化与调整,能够使自身对外营销能力和响应能力大幅度提升,主要表现在以下几个方面。

第一,该企业对区域营销组织管理结构进行了详细绘制,确保方案植入型营销方式能够结合企业客户实际需求,制定具有较高专业性的技术解决方案,使设计的每一套销售策略都能在企业内部各部门的互相配合下得到有效落实。企业根据销售工作的实际要求,从各部门抽调人员,组织相关人员建立销售团队。

在销售团队的决策领域,设置大客户经理和技术经理;在职能领域,设置销售部门、商务部门、市场部门、财务部门;在执行领域,设置技术人员、质量监督人员、其他工作人员。通过对部门的明确分工,确保工作人员充分了解自身的职责,帮助各部门建立目标清晰的权责定位,并且在实际工作中积极履行,为各项营销策略的有效执行创造良好环境。

第二,结合该电气设备销售企业制定的营销分工管理措施,由大客户经理对营销沟通工作进行组织并全权负责。在早期营销工作中,营销信息的运动与流通具有明显单向性特征,此时,大客户经理个人具有的沟通能力直接决定了整个营销沟通工作的开展质量;随着营销体制的不断优化与改革,营销环节涉及的部门数量逐渐增加,营销沟通方式从传统一元化逐渐朝着多元化方向转变,提高了信息流动速度和便捷性。通过对多元化信息沟通方式的有效利用,确保各部门以及相关工作人员的分工更加明确,不仅使团队之间的信任度大幅度提升,而且还能促进营销团队执行力的进一步强化。

作为企业销售制度改革工作的重中之重,大客户对方

案植入型营销方式的有效落实发挥了不可替代的作用,因此,该电气设备销售企业建立了大客户部门。在对营销制度进行改革的过程中,对内部组织架构进行了重新组建,在系统平台中,加入采购部门、生产部门、销售服务部门、产品开发部门、市场营销部门等众多模块,落实规范化、制度化、程序化管理。对各模块的分工与责任进行系统梳理,始终遵循满足客户实际需求的目标导向,为客户提供针对性、专业性、可行性的技术解决方案。鉴于此,该电气设备销售企业建立了一套具有柔性特征的组织架构,为全面落实方案植入型营销方式提供了有力支持,确保不同部门工作人员通过协同合作,组建一个具有较高执行力的营销团队,使企业营销能力得到大幅度提升。

大客户部门主要对客户销售管理工作全程负责,对客户资料进行全面收集,构成具有较高统一性的信息数据库。由于大客户部门遵循客户经理责任制度,因此,客户经理个人素质高低对方案植入型营销方式的落实效果具有直接影响。

四、加强对方案植入型营销方式团队的积极建设

第一,参与方案植入型营销的工作人员必须具有的基础条件。对于客户而言,由于受到所处行业的影响,对技术标准以及法律规范的敏感性较高,在服务此类用户的过程中,企业销售人员自身必须具备丰富营销知识和专业营销技巧,这样才能确保企业现代化营销要求以及客户实际需求得到充分满足。为了有效实现这一目标,企业应该对参与方案植入型营销工作人员自身具有的职业能力和综合素质提出较高要求,确保相关工作人员具备较强的沟通能力,能够以企业实际情况和客户具体需求为依据,提供专业性的指导,为方案植入型营销方式的有效落实提供人才支持。因此,该电气设备营销企业在对人才队伍进行建设的过程中,必须始终遵循以下几项原则:销售人员必须具备专业的基础知识和扎实的销售技能;销售人员必须对市场发展形势以及变化特点建立清晰认知;销售人员必须具备较强的交流能力和合作能力。

第二,方案植入型营销团队的建设途径。现阶段,电气设备营销行业中,很多企业并没有建立营销队伍,即使建立了营销队伍,相关工作人员的职业水平和综合素质也无法达到标准要求。从整体角度来看,包括该企业在内的所有电气设备销售人员展现出的职业素质偏低,没有对产品技术以及专业知识全面掌握,再加上工作人员缺乏丰富的实践经验,高学历人员占比较低,往往在与客户进行交流的过程中,无法使客户享受到高品质的销售服务,最终呈现出的结果缺乏理想性,这也导致电气设备销售企业业

绩提升速度缓慢的原因之一。为了有效解决这个问题,该电气设备销售企业应该结合各区的市场需求情况,以自身实际经营能力为依据,组建一个具有较高专业性的方案植入型营销和团队。该团队的每一名成员必须具有较强专业能力,不仅了解行业前沿销售技术、懂得专业营销知识、了解工程造价管理相关内容,而且要始终以客户需求为目标。在此基础上,还要加强对团队成员沟通技巧和沟通能力不断强化,加深工作人员对专业领域相关知识技能的熟悉程度,确保团队协作优势得到充分发挥的同时,使电气设备企业营销效果达到意想不到的收获。

结语

本文通过对某电气设备销售企业所处行业实际发展情况进行详细分析和系统梳理,以该企业自身产品特征为依据,借助具有较高成熟性和完善性的销售理论,确保制定的销售模式与企业自身特点高度契合,使新形势背景下,电气设备销售企业转型、升级目标得到有效实现。虽然该电气设备销售企业在开展市场经营过程中存在众多优势,但是其具有的弊端依然会影响各项营销措施发挥自身优势。而方案植入型营销方式的有效落实,能够给客户的实际需求,对具体问题充分了解,扩大各项解决策略的应用范围,通过对企业组织结构的创新构建,配合客户管理体系的重新建立,积极推广、扩大各项销售活动,促使各部门之间的交流更加畅通,满足客户诉求的同时,优化方案植入型营销队伍的建设水平。

参考文献

- [1]范敏.植入式广告的营销策略研究——以《美人鱼》为例[J].西部广播电视,2018(15):226-228.
- [2]李倩,梁雅阁.论“互联网+”时代IP影视剧与商业企业的互动营销——以《芳华》为例[J].文艺生活·下旬刊,2018(11):67-69.
- [3]金鑫.中国政府行业IT解决方案提供商营销策略研究[J].全国商情(经济理论研究),2018(20):31-33.
- [4]秦芳丽.大数据技术在营销客户服务中的应用及研究[J].中国信息化,2018(7):40-42.
- [5]胡尊生,肖华.解决方案营销在长城气柜密封油钢铁企业客户开发中的运用[J].石油科技,2017(06):76-77.
- [6]李思.数字化转型助力营销企业管理水平提升——营销企业数字化解决方案实施与应用[J].全国商情·理论研究,2019(7):28-30.
- [7]李思.数字化转型助力营销公司管理水平提升——营销公司数字化解决方案实施与应用[J].全国流通经济,2019(29):61-62.