

Exploration of the Marketing and Innovation Strategy of Brand Management Strategy

Ruijuan Zhang

The 713rd Research Institute of China State Shipbuilding Group, Zhengzhou, Henan, 450000, China

Abstract

The paper take case study, practice investigation, literature method, around the sea for intelligence drive in high performance localization servo drive, automatic stereo warehouse business in-depth study, first briefly explains the brand management strategy and marketing core concept, introduce the sea for intellectual drive case, then return to reality, based on brand management strategy of marketing and innovation strategy practice. After research, the study concluded that the specific practice can be implemented around the product market positioning, product brand promotion, pricing, after-sales service, network marketing and other aspects. Through the research, it is expected to provide reference for the brand management and marketing level of the intelligent drive.

Keywords

brand management strategy; marketing; innovation strategy

品牌管理战略的市场营销及创新策略探究

张瑞娟

中国船舶集团第七一三研究所, 中国·河南 郑州 450000

摘要

论文采取案例研究法、实践调查法、文献资料法, 围绕海为智驱在高性能国产化伺服驱动器、自动化立体仓库等方面的业务进行深入研究, 先简要阐释了品牌管理战略与市场营销的核心概念, 介绍海为智驱案例, 再回归实际, 重点论述基于品牌管理战略下的市场营销及创新策略实践。经研究得出结论, 具体实践可围绕产品市场定位、产品品牌的推广、定价、售后服务、网络营销等方面来落实。通过研究, 以期能为海为智驱的品牌管理与营销水平提升提供参考。

关键词

品牌管理战略; 市场营销; 创新策略

1 引言

“互联网+”时代的到来实现了诸如机器人、工业自动化、智能家居、智能交通、智能安防等场景, 在此过程中, 伺服电机和驱动器占据着核心地位。同时, 伺服电机和驱动器还在中国航空航天、汽车制造、医疗设备、数控加工等不同的领域得到了广泛应用, 有利于实现自动化操作与节能减排。随着中国市场经济发展速度越来越快, 各行业企业在经营发展的过程中也会面临着更为激烈的市场竞争, 传统的营销模式早已无法满足企业的创新发展。海为智驱是负责设计、开发、研究高性能国产化伺服驱动器的企业, 其发展备受关注。如何才能立足于品牌管理来实现市场营销及其创新, 是企业相关工作者探讨的热点议题。

2 品牌管理战略与市场营销

品牌管理战略是指企业将品牌作为一项核心的竞争力, 以获取差别利润和价值的一种经营策略^[1]。市场营销指商品或服务从生产者移交到客户的过程, 美国市场营销协会(AMA)作出的定义是: 对思想、货物和服务进行构思、定价、促销和分销的计划和实施的过程^[2]。市场营销共囊括三个不同阶段, 分别是市场营销计划阶段、营销组织阶段、营销控制阶段。

3 海为智驱案例介绍

“海为智驱”是中船重工海为郑州高科技术有限公司(海为高科)紧贴国家安全战略及中国船舶集团“高质量发展”的战略需求, 所打造出的运动控制品牌。海为智驱所打造出的JQD、JVQD两个系列, 其中, JQD系列伺服驱动控制产品为例, 它具备了功率密度高、多接口兼容、使用方便、自适应性好、性能稳定、安全可靠、100%自主可控的特点, 而JVQD系列伺服驱动器产品的主要特点, 则是结构紧凑、

【作者简介】张瑞娟(1980-), 女, 中国河南新密人, 本科, 中小学副高级教师, 从事经营管理、品牌建设研究。

抗扰动强、接口多样、多重防护、个性定制、节能空间、自适应性好、便于配置、调试简洁、安全可靠、100%自主可控。同时，企业还打造了50余型不同功率等级的系列化“海为智驱”的伺服驱动控制产品，实现了国产化伺服驱动器的“从无到有”“从有到优”。如今，海为智驱产品在工业机器人、数控机床、新能源等领域以及国防军工装备中得到广泛应用。

4 品牌管理战略的市场营销及创新策略实践——以海为智驱为例

4.1 夯基垒台，找准产品目标市场定位

为基于品牌管理战略下的市场营销及创新，找准产品的目标市场定位是基础所在，同时它也是创建企业品牌的先决条件。产品目标市场定位，是指企业或根据当前的市场需求、营销现状及竞争环境来确定产品在市场中的定位、竞争优势，从而才能更好地满足客户需求，并实现企业市场份额的增长^[3]。针对海为智驱所研发的高性能国产化伺服驱动器，也要找准该产品的目标市场定位，可采取的方法策略有：第一，细分市场定位法。海为智驱可将整个营销市场按照不同类型划分为若干个市场，并对所细分出的不同市场来进行定位，比如国产化伺服驱动器可根据其用于数控机床、航海等不同领域来细分市场定位。第二，目标市场定位法。该方法指选择一个或多个特定的市场群体来作为目标市场，并在该市场群体中进行定位。该方法的针对性强，不仅能提升对市场的占有率，还能提升市场营销的效果。第三，竞争优势定位法。该方法是指通过产品的竞争优势来进行市场定位，海为智驱所生产研发的伺服驱动器具备高性能、100%安全自控、可靠、便捷等诸多优势。因此，企业可通过分析竞争对手的优势和劣势后，再将自身的优势作为定位基础，以吸引客户群体。注意在找准产品市场定位的过程中，要确保产品能与客户的实际需求相匹配，迎合其需求，以扩大潜在的客户群体。

4.2 立柱架梁，注重广告设计推广品牌

广告与品牌间存在密切关系，品牌需要以广告来作为载体去传达出核心的价值观、产品优势、独特卖点等等，而广告同时也依赖于品牌来建立客户群体的信任和忠诚度。在品牌管理战略下，海为智驱要注重广告设计并推广品牌故事，从而为市场营销及创新打好坚实的框架。其一，关于广告设计。海为智驱可围绕高性能国产化伺服驱动器来进行广告设计，注意设计中主要遵循真实性、关联性、创新性、形象性、感情性五大原则^[4]。简言之，真实性就是真实地传递关于高性能国产化伺服驱动器的相关信息，确保所营销的产品和提供的服务与广告内容一致，不可虚假；关联性指广告的设计要与海为智驱伺服驱动器的产品、市场营销目标等进行关联，保障广告起到潜移默化的说服作用。创新性指广告要有个性化的内容、表现形式也是独创的。形象性指注重海

为智驱的品牌和形象创造，感情性则是设计广告时要渲染感情色彩，烘托海为智驱伺服驱动器所带来的精神上的享受。除传统报纸、广告牌等宣传推广方式外，还可利用计算机与移动智能媒体来传播。其二，关于推广品牌故事。结合海为智驱高性能国产化伺服驱动器的研发过程来设计引人入胜的品牌故事，努力给客户留下深刻印象，促进市场营销。

4.3 创造条件，科学设定企业品牌定价

通常产品的价格被看作是品牌生态最为直接的体现，对于任何品牌而言，定价就是重要的用户价值获取过程和工具。无论是产品的市场定位、营销，都要通过定价来实现。同时，定价也是市场营销中最为重要的组成部分，它会直接影响到企业的盈利能力、市场竞争力。基于此，海为智驱高性能国产化伺服驱动器的市场营销，需要进行定价。影响产品定价的因素较多，如利润、市场占有率、预期投资收益、价格竞争、企业发展等等，海为智驱针对高性能国产化伺服驱动器进行定价时要综合考虑上述影响因素，并采取适当的定价方法^[5]。例如成本导向法，即将海为智驱伺服驱动器的营销成本作为主要依据来定价，该方法也属于应用较为广泛的一种方法，需要利用商品的单位总成本（c）、商品加成率（r）来进行计算，即 $c*(1+r)$ ；又如需求导向定价，该方法结合了市场需求、海为智驱市场营销状况、客户对于海为智驱伺服驱动器产品的感觉差异等方面来进行定价^[6]。此外，还有竞争导向定价，即研究竞争对手的生产条件、服务、价格水平后，再回归到营销成本等方面进行品牌价格设定，在客户心中树立形象。

4.4 营造口碑，提高营销售后服务质量

为促进海为智驱高性能国产化伺服驱动器的市场营销，树立品牌营造良好口碑，提高营销售后服务质量是关键。首先，应当建立更为完善的售后服务体系。结合海为智驱高性能国产化伺服驱动器来制定标准化的售后服务流程，重视服务申请、服务响应、服务实施等细节的落实。明确售后服务的标准，包括人员服务的态度、服务质量、服务时效等，确保提升客户的满意度。制定完善的服务政策，包括产品的咨询培训政策、维修保养政策等等，从而让客户能了解并安心使用产品。其次，要及时响应客户的需求。建立快速响应机制来及时解决客户关于伺服驱动器产品的相关问题，及时回应帮助解决。同时还要持续跟进反馈，注重客户的情绪转变，保障提高客户的满意度。再者，可建立客户档案。建立档案，详细记载客户的信息与需求，主动跟踪，为客户提供个性化的服务方案。通过邮件、电话等方式和客户沟通互动，提高其忠诚度^[7]。最后，企业还应当定期评估售后服务的质量。从服务流程、服务标准执行、客户满意度等维度实施评价，结合评价结果来对当前市场营销服务流程、管理措施进行优化。

4.5 人才保障，打造专业品牌管理队伍

基于品牌管理战略下的市场营销及创新，离不开重要

的人力资源来作为保障。为促进海为智驱高性能国产化伺服驱动器营销,打造专业的品牌管理队伍尤为关键,主要措施有:其一,要提升团队的协同效能。提前创建一个明确的目标或是愿景,例如实现伺服驱动器营销目标,打造海为智驱伺服驱动器品牌等等,以激励团队成员努力工作。同时,要构建有效的沟通机制,团队内的所有成员需及时沟通,了解对方意见并更好地协作。明确各部门、各成员所肩负的责任与义务,确保所有人都能专业领域内发挥出最佳水平,促进海为智驱伺服驱动器的营销。其二,要培养团队个人的专业能力。为品牌管理队伍的成员提供行业会议、培训课程、研讨会等培训与发展机会,并在企业内部定期围绕市场营销、品牌管理来进行专业理论知识的分享活动,以更新人员专业知识与技能。同时,还可建立导师制度,让团队成员跟随有市场营销经验和技能的导师来学习经验,并促进知识共享与跨部门合作。其三,要提升团队效能与执行能力。围绕海为智驱高性能国产化伺服驱动器营销制定明确的目标、指标、工作流程,并定期评估与反馈。

4.6 持续创新,充分发挥网络营销优势

随着时代发展,先进科学技术日新月异,网络营销的模式也逐渐涌现。网络营销优势较多,不仅低成本、高效益,且与用户间的互动性强,还能投放各种灵活多样的广告,并通过数据分析功能来支持市场营销决策。基于品牌管理战略下的海为智驱高性能国产化伺服驱动器市场营销,就可充分依托于网络营销的优势来推动创新。相关步骤有:第一,建立专业营销网站。通过网站向潜在的客户群体展示海为智驱的企业形象、高性能国产化伺服驱动器产品质量、服务水平等,并提供详细的信息与交流平台。同时,可结合物联网、大数据、云计算、人工智能 AI 等技术来优化网页,保障功能完善提供客户的体验^[8]。第二,制定内容网络营销策略。内容始终是网络营销的核心所在,要发布有价值的内容(如海为智驱高性能国产化伺服驱动器的应用领域、应用范围),并选择合适发布的渠道、频率,优化搜索引擎。第三,要开展社交媒体营销。正是由于人们迈入到“互联网+”时代中,社交媒体就是日常获取信息和交流的主要渠道。通过社交媒体平台能维护海为智驱高性能国产化伺服驱动器的品牌形

象,并能实现精准化的定向推广,扩大了海为智驱的影响力与知名度。第四,搜索引擎优化,监测分析数据。定期优化网络结构、关键词和内容,并了解行业热点与发展趋势;利用网络分析工具和监测系统来对营销数据(如访问量、转化率等)进行分析处理。第五,与客户互动与维护关系,可通过在线沟通、社交媒体等方式实现。

5 结语

综上所述,品牌管理战略对于企业实施市场营销有着非常重要的意义,海为智驱为推动高性能国产化伺服驱动器产品市场营销水平的提高,也应围绕品牌管理战略来采取相关的对策。经研究可总结出,品牌管理战略下的市场营销及创新具体体现在:夯基垒台,找准产品目标市场定位、立柱架梁,注重广告设计推广品牌、创造条件,科学设定企业品牌定价、营造口碑,提高营销售后服务质量、人才保障,打造专业品牌管理队伍、持续创新,充分发挥网络营销优势等等。作为海为智驱的基层工作者,在未来还要深入学习品牌管理战略及市场营销的理论知识,不断提升实践水平,促进企业实现高质量发展。

参考文献

- [1] 高钰君.探析市场经济条件下的市场营销创新[J].老字号品牌营销,2024(2):30-32.
- [2] 李雪.跨界产品整合度对品牌联合评价的影响研究[J].现代市场营销,2024,14(2):5.
- [3] 温赟凤.“互联网+”背景下企业市场营销管理的创新路径分析[J].老字号品牌营销,2023(5):28-30.
- [4] 辛军强.浅谈我国企业国际营销中的品牌管理策略[J].汽车周刊,2023(6).
- [5] 车嘉懿.品牌管理战略的营销及创新策略探究[J].黑龙江人力资源和社会保障,2022(13):60-62.
- [6] 黎梅飞.中国小微企业市场营销管理的现状及对策研究[J].老字号品牌营销,2022(20):30-32.
- [7] 沈佳希.从品牌管理分析美妆产品营销策略——以卡姿兰美心唇膏为例[J].视界观,2022(17).
- [8] 于静.市场营销与品牌管理策略研究[J].中国食品工业,2019(2):3.