

Analysis and Development Strategy of Marketing Business Mode for Small and Medium sized Enterprises in the Background of Digital Economy

Jianjun Huang

China International SME Expo Affairs Bureau, Guangzhou, Guangdong, 510045, China

Abstract

The digital economy has become an important trend in global economic development today, and small and medium-sized enterprises also have enormous development potential in the digital economy. As a key link in enterprise development, marketing needs to pay more attention to innovation and change in the digital economy era to adapt to rapidly changing market demands. This article will explore the business model analysis and development strategies of marketing for small and medium-sized enterprises in the context of the digital economy, aiming to provide practical guidance and assistance for small and medium-sized enterprises, and promote their sustainable and high-quality development in the digital economy.

Keywords

digital economy; small and medium-sized enterprises; marketing; business mode; development strategies

数字经济背景下中小企业市场营销商业模式分析及发展策略

黄建军

中国国际中小企业博览会事务局, 中国·广东 广州 510045

摘要

数字经济已成为当今全球经济发展的重要趋势,中小企业在数字经济中也有巨大的发展潜力。市场营销作为企业发展的关键环节,在数字经济时代更需要注重创新和变革,以适应快速变化的市场需求。论文将探讨数字经济背景下中小企业市场营销的商业模式分析及发展策略,旨在为中小企业提供实用的指导和帮助,推动其在数字经济中实现可持续发展和高质量发展。

关键词

数字经济; 中小企业; 市场营销; 商业模式; 发展策略

1 引言

随着数字经济的迅猛发展,中小企业也逐渐意识到数字化市场营销的重要性。数字化营销可以降低成本、精准定位目标客户、提高互动性等优点,但同时也需要面对技术和人员门槛高、需不断更新和改进等挑战。因此,中小企业需要积极探索适合自己的数字化营销策略,以提升市场竞争力,保持持续发展。

2 数字经济对市场营销商业模式的影响

2.1 数字经济概念

数字经济是指基于信息和通信技术(ICT)的数字化转型和创新所带来的经济变革。数字经济涵盖了所有使用数字

技术和数据来增强商业和经济活动的过程和实践,包括电子商务、互联网金融、数字营销、数字娱乐、人工智能、大数据、区块链、物联网等领域。数字经济是全球经济发展的新趋势,已经对传统行业 and 商业模式带来了深刻的影响。数字经济具有高效、创新、灵活、低成本等特点,对提升经济效益、促进经济增长、改善人民生活水平具有重要意义。

2.2 数字经济对中小企业市场营销商业模式的影响

数字经济对中小企业市场营销商业模式产生了深远的影响。具体表现在以下几个方面。一是突破地域限制,获得更多的拓展市场机会。数字经济的发展,尤其是数字技术的广泛应用,为中小企业提供了更多地拓展市场的机会。通过互联网、电子商务平台以及社交APP等,中小企业可以更容易地将产品和服务推广到全球市场,拓宽销售渠道,提高品牌知名度和影响力。二是个性化服务让营销更为精准。数字经济为中小企业提供了更多的个性化营销手段,如利用社交媒体、搜索引擎优化、电子邮件营销等方式,实现

【作者简介】黄建军(1980-),男,中国湖南宜章人,本科,高级经济师,从事市场营销研究。

对目标客户的精准定位和个性化推送，提高营销效果和客户满意度。三是大数据应用让营销更为高效。数字经济使中小企业可以更轻松地收集大量的信息数据，通过数据分析和和管理，能够更好地了解客户需求、市场趋势和竞争情况，从而不断优化产品和服务，提高企业的管理效率和决策水平。四是实现低成本运营。数字经济为中小企业提供了更多的低成本运营机会，如云计算、软件即服务、人工智能等技术，可以帮助企业降低运营成本，提高效率，增强竞争力。五是推动跨界融合和创新。数字经济的发展，数字技术的应用，为中小企业的市场营销带来了更多的可能性和机遇。中小企业可以通过数字化技术的跨界合作和创新，提高产品和服务竞争力。

总之，数字经济为中小企业提供了更多的机遇和挑战，中小企业需要积极适应数字经济的发展趋势，利用数字技术和数据优势，不断创新和升级自己的市场营销和商业模式，适应数字经济新环境下的市场发展要求，不断提高自身的竞争力和盈利能力。

3 数字经济背景下中小企业市场营销商业模式分析

3.1 中小企业的市场营销商业模式特点

3.1.1 灵活性高

相对于大型企业而言，中小企业“船小好掉头”，更加灵活、反应更迅速，能够快速适应市场变化，及时对营销模式进行调整。

3.1.2 强调成本控制

由于资金、人力等资源相对有限，中小企业更加强调控制营销成本，注重创新、低成本营销手段的运用。

3.1.3 地域性强

中小企业多集中于地方或行业领域，较为熟悉当地市场环境和消费者需求，可以通过本土化营销策略提高品牌知名度和市场占有率。

3.1.4 注重个性化服务

中小企业在市场营销中注重提供个性化服务，以满足客户多样化的需求，让客户的产品或服务体验更好，增强客户的产品粘性。

3.1.5 善用社交媒体

中小企业更加善于利用社交媒体等数字化手段，通过微信、微博等渠道与客户互动，既让客户享受服务，又让客户参与企业的“营销”，提高客户参与度和品牌忠诚度。

3.1.6 目标细分市场更明确

中小企业会根据自身的地域特点、产品特点等，找准自己的市场定位，选择明确的细分市场，以便获得市场发展机会，在市场竞争中生存、发展、壮大。

3.2 中小企业市场营销常见商业模式

3.2.1 直销模式

直接将产品或服务销售给最终客户，省略了分销商环

节，可以提高效率，节省分销成本及费用，但一般只有那些具备强大的销售网络和销售能力的中小企业采用这种模式。

3.2.2 分销（经销）模式

通过与分销商或经销商合作，将产品或服务分销到不同的市场和地区，提高销售范围和市场覆盖率，但需要建立和维护与分销商的良好合作关系，分销成本较高。

3.2.3 电子商务模式

通过互联网平台销售产品或服务，可以降低营销成本和经营成本，但需要企业具备良好的电子商务平台建设和运营能力，并且拥有完善的配套物流服务支撑和售后服务体系。

3.2.4 移动互联网营销模式

通过移动应用、微信公众号等移动互联网渠道进行营销活动，针对移动用户进行定向推广和定向推送，具有更好的营销效果和精准度。

3.2.5 品牌联盟模式

多家企业进行合作，共同进行市场推广活动，形成多个品牌抱团营销局面，品牌之间相互赋能，不断提高品牌知名度和美誉度，增加销售额和市场份额。

3.2.6 会员制度模式

建立会员制度，并吸引客户成为企业会员，通过会员积分、折扣等方式吸引客户消费，提高客户忠诚度和购买频率，增加销售额。

3.2.7 全球化模式

通过多种渠道将产品或服务推广到国际市场，拓展海外客户群体，提高企业知名度和市场份额，但需要企业具备良好的国际贸易和营销策略，并具有良好的国际贸易服务人才团队^①。

3.3 对比传统商业模式和数字化商业模式的优势和不足

中小企业开展数字化市场营销商业模式与传统商业模式相比，具有以下优势和不足：

①数字化市场营销商业模式的优势。一是营销成本更低。中小企业采用数字化营销手段可以降低成本，如社交媒体营销、电子邮件营销、搜索引擎优化等，相较于传统广告宣传和直接营销更加经济实惠。二是可以精准定位目标群体。通过大数据分析、人口统计学和消费者行为指标等手段，可以更准确地了解目标客户的需求，从而制定更有效的营销策略。三是互动性更强。中小企业可以利用社交媒体、微信公众号等渠道，与消费者建立直接的互动关系，了解消费者需求，回答疑问，提升消费者信任感和品牌忠诚度。四是裂变营销更为迅速。使用大数据和数据库等数字技术，通过APP、微信等渠道实现“基础点”到“终端”的快速突破，达到“数量级”的裂变营销。

②数字化市场营销商业模式的不足之处。一是技术和人员门槛高。数字化市场营销需要一定的技术支持和更高素质的工作人员来支撑营销的全过程，这对于一些中小企业来

说可能是一个挑战，需要花费时间和资源进行培训和改进。二是需要不断更新和改进营销策略。数字化市场营销更新换代较快，需要中小企业不断跟进和改进自己的营销策略，对于企业来说也是一种挑战。三是营销效果不稳定。数字化市场营销模式效果有时候会受到平台算法等因素的影响，在统计、分析数据的过程中需要时刻关注市场变化，及时调整，否则可能会导致销售额下降等不利影响。四是“曝光量”“流量”转化率需进一步提升。当前，中小企业都是通过投放第三方平台广告，如今日头条、微信朋友圈广告等，实现初步的数字营销推广，但许多时候，高“曝光量”难以带来高流量，高流量也很难带来高销量。

综上所述，数字化市场营销商业模式尽管有其独特的优势，也存在一定的不足，但对于中小企业而言，数字化营销是未来发展的必然趋势，中小企业应该积极探索适合自己的数字化营销策略，拓展营销渠道、丰富营销内容，不断提升企业的市场竞争力。

4 数字经济背景下中小企业市场营销的发展趋势

4.1 数字经济背景下中小企业市场营销的发展趋势

①多元化的渠道。随着数字经济的发展，中小企业可以利用互联网、社交媒体、电商平台等多种渠道进行市场营销，获得更多的“流量”，从而扩大企业品牌曝光度，最终实现流量变销量，不断提高销售额。

②数据化营销。数字经济为中小企业提供了更多的数据分析手段，中小企业可以通过数据挖掘、用户画像等方式更加精准地了解客户需求和行为习惯，从而制定更为有效的营销策略，满足目标客户的需求。

③个性化服务。数字经济背景下，消费者需求更加多元化，对于中小企业来说，个性化服务已经成为一种竞争优势。中小企业可以通过互联网、智能设备等方式提供更为定制化的产品和服务，以满足不同客户的需求，并依此开发客户的潜在需求，增强客户的产品忠诚度。

④创新营销手段。数字经济激发了中小企业创新的活力，中小企业可以借助数字技术开发出更具创意的营销手段，如AR/VR技术、直播营销、短视频营销等，并在营销内容上不断创新，提升产品和服务的吸引力，从而吸引更多客户^[2]。

4.2 数字化市场营销商业模式为中小企业创造新机遇

数字化市场营销商业模式能为中小企业创造新的发展机遇。一是推动中小企业实现低成本、高效率营销。通过运用数字化营销工具，中小企业可以实现精准化营销，大幅降低营销成本，实现高效盈利。二是帮助中小企业形成精准的数据分析能力，提升营销策略准确性。通过运用数字化营销工具，中小企业能够收集、分析消费者数据，并以此作为参考和决策依据，帮助中小企业做出更为准确的营销策略。三

是帮助中小企业开拓新市场。通过运用数字化营销工具，中小企业可以通过互联网、社交APP等渠道开拓国外市场，实现产品和服务的全球销售。四是增强客户互动性，提高客户体验。通过运用数字化营销工具，中小企业可以与客户进行各种互动活动，可以大幅提升双方互动性，从而不断增加客户黏性和忠诚度。五是帮助中小企业塑造品牌，提升知名度。通过运用数字化营销工具，中小企业在互联网、社交媒体上树立良好的品牌形象，进而提高品牌价值和知名度。

5 数字经济背景下中小企业市场营销商业模式发展策略

5.1 创新市场营销模式

中小企业可以通过创新市场营销模式，提升品牌知名度和影响力，增加客户黏性和忠诚度，进而促进销售额的提升。一是利用互联网、社交媒体、电商平台等多种渠道进行市场营销，以扩大品牌曝光度和提高销售额。二是借助数字技术开发创意的营销手段，如AR/VR技术、直播营销等，吸引更多客户。三是通过数据挖掘、用户画像等方式更加精准地了解客户需求和行为习惯，从而制定更为有效的营销策略。四是提供更为定制化的产品和服务，满足不同客户的需求。五是积极利用数字展会、数字撮合平台开展有针对性的营销，推广企业并获客。如积极利用网上中博会平台开展市场营销，拓展全球市场。六是与其他企业合作，共同开展营销活动，提高品牌知名度和销售额。

5.2 建立数字化平台

中小企业可以建立自己的数字化平台，如电商平台、社交媒体平台等，以便更好地与客户互动、传递信息、推广产品和服务，提高客户转化率和销售额。一是明确平台定位和目标受众，确定平台功能和服务。二是选择适合自己的技术标准、安全方案，如云计算、大数据、人工智能等，确保平台具有高效、稳定、可靠的运行和管理能力，并确保平台整体运营安全。三是在平台推广和营销方面，企业需要采用有效的数字化营销策略，如SEO优化、社交媒体宣传、内容营销等方式，并进行有效的组合实施，从而不断吸引用户访问和使用平台，增加平台的知名度和用户量，并通过促销、红包等多种方式把“流量”转变为销量，不断提升平台的商业价值。

5.3 优化用户体验

中小企业应该注重优化用户体验，提供更加便捷、快速、个性化的服务，通过提高用户体验，增强用户黏性和忠诚度，促进销售额的提升。首先，建立个性化的用户画像，了解用户需求和行为习惯。其次，通过数字化技术创新，提供更加智能化、便捷化的产品和服务。同时，加强客户互动和沟通，根据客户反馈及时调整改进。最后，注重用户数据的保护和隐私安全，确保用户信息的隐私和保密。通过这些措施，中小企业可以打造良好的用户体验，提升品牌形象和用户忠诚度，

实现可持续发展。

5.4 加强数据分析应用

在数字经济背景下，中小企业需要加强数据分析应用。通过数据分析，可以更好地了解客户需求和行为习惯，优化产品设计、市场定位和销售策略，提高销售额和客户满意度。同时，数据分析还可以帮助企业发现潜在的机会和风险，及时调整战略，降低经营风险。中小企业可以利用多种数据分析工具和技术，如数据挖掘、人工智能、机器学习等，进行深入的数据分析和洞察，实现精细化营销和精益化经营，提高竞争力和市场份额^[1]。

5.5 线上线下双线融合

在数字经济背景下，线上营销模式已成为主流，但传统的线下营销模式更能增强目标客户的黏性，因此，线上线下双线融合成为中小企业营销模式发展的必然趋势。我们要顺应这一发展规律，打造线上线下融合的智能化营销体系，虚拟营销和实体营销相结合，不断丰富营销方式和内容，实现营销渠道拓展，取得更好的营销效果。

6 结语

数字经济时代中小企业的市场营销商业模式需要紧跟技术发展趋势，采用数字化工具实现精准营销。数字化营销工具具有成本低、效率高、数据分析能力强、客户互动性强等多个优势，能够帮助企业开拓新市场、提升品牌价值和知名度。因此，中小企业需要重视数字化转型，加强数字化营销能力建设，制定符合企业实际情况的营销策略，积极拓展数字营销渠道，提高客户互动性和忠诚度，不断提升企业的市场竞争力，实现可持续发展和高质量发展。

参考文献

- [1] 袁晨钊.新媒体时代下中小企业市场营销的策略分析[J].商讯,2020(22):98-99.
- [2] 汪娟.中小企业市场营销问题及对策研究[J].营销界,2020(12):12-13.
- [3] 王一然.数字经济时代企业市场营销策略探究[J].老字号品牌营销,2023(5):3.