

# 论网络经济时代市场营销策略的转变

李娜

(天音通信, 广东深圳 518000)

**摘要** 随着网络经济时代的到来, 用户的需求变得越发多样化和个性化, 为了满足消费者的需求, 市场营销工作也要做出相应的转变, 准确获取消费者的购物需求, 把握时代发展的最新动向, 融入时尚元素, 满足不同年龄段不同阶层的消费理念和消费需求, 稳步提升市场营销的能力和水平。网络经济时代下市场营销活动具有自身的特点, 主要是技术性和虚拟性, 通过发挥大数据技术的作用、创新营销的模式, 改善市场营销的环境, 增加企业的营收额, 给企业的发展带来巨大的经济效益。本文笔者将从市场营销特点、市场营销策略等方面出发, 重点关注网络经济背景下市场营销活动的转变。

**关键词** 网络经济 市场营销 虚拟性

中图分类号: F713.5

文献标识码: A

文章编号: 1007-0745(2021)10-0033-03

网上购物已经成为消费者新的购物方式, 通过浏览网页上的商品, 消费者就可以根据自己的喜好完成消费行为, 这种购物模式与传统的线下购物模式相比具有较大的优势。了解消费者的所需所想, 为消费者提供质量上乘价格适中的产品。营销活动中最重要的是消费者的消费需求, 要激发消费者的消费欲望, 通过使用先进的技术设备, 为消费者全方位展示产品的性能和优缺点, 利用网络平台进行直播, 给消费者带来切实可行的优惠, 挖掘消费者的消费潜能。在双向的合作中, 共同完成营销活动, 逐步提升产品的质量和性能, 构建完善的市场营销体系。

## 1 相关概念分析

为了找到市场营销的策略, 销售部门的工作人员首先要了解有关的概念, 如网络经济概念以及网络营销概念, 在理解概念的基础上, 实行新时代的营销活动。

### 1.1 网络经济概念

网络经济, 顾名思义是, 依托于网络技术, 以现代信息技术为核心的经济形态, 许多人把网络经济看作是与传统的市场经济相对的虚拟经济, 这实际上是一种错误的认知, 网络经济是一种融合传统经济的优势, 在传统经济的基础上发挥现代网络信息技术的作用, 从而铸就的高级经济形态。网络经济包括的内容有很多, 是一个庞大的产业群体。企业在发展的过程中, 利用信息技术和网络技术整合信息资源, 并根据本企业的信息系统完成产品的研发和营销工作, 网络经济可以解决距离问题, 充分发挥各区域的资源优势, 把众多区域甚至众多的国家联合起来, 从而实行新的经营模式和经营理念。网络经济时代, 企业要完善信息体系, 利用信息网络构建完善的信息流、物质流和资金流, 学会发挥计算机技术的作用和价值, 用知识、技术推动现代经济体系的发展。网络经济时代下, 企业要想获得发展也需要遵循既定的原则, 如主流化原则、个人市场原则、特定化原则等, 逐步扩展企业的发展途径, 推动企业由弱变强。

### 1.2 网络营销概念

网络营销活动也被称为电子营销活动, 借助于信息技术, 实现新的销售模式和消费模式。这种网络营销模式可

以扩大消费者市场, 获得巨大的销售影响, 从营销的本质上来说, 网络营销将提升产品的品质、打造产品的形象以及提高营销活动的人气等作为活动的重点, 这与网络销售活动是存在一定的差距的。网络营销活动与传统的营销活动并不相同, 这种营销模式是以传统营销活动为基础, 通过融入信息技术达到新的营销层次。把握网络营销的本质, 运用网络营销计算营销成本, 借助于网络平台, 促进电子商务的发展<sup>[1]</sup>。在新时代的销售背景下, 网络营销更需要讲究一定的方法和技巧, 揣摩消费者的心理, 为消费者提供营销产品。发挥网络信息技术的优势, 利用大数据技术整合销售数据, 定期关注时代热点, 透过一定的销售手段和营销策略, 提高企业产品的销售额。

## 2 基于网络经济时代的市场营销特点分析

网络经济时代下, 市场营销具有自己的特点, 主要是技术性和虚拟性。由于市场营销活动需要借助于信息技术和大数据技术才能够运行, 需要精通计算机技术的人才将营销活动与计算机技术融合起来。虚拟性主要是在网络平台上, 消费者无法直接接触产品, 所以需要消费者擦亮眼睛, 网络平台做好管理工作。这就使得网络营销活动具有虚拟性的特点。

### 2.1 技术性

在网络平台上, 消费者可以通过浏览网页选择自己需要的产品, 比较受欢迎的平台, 例如京东、淘宝等这些平台的运营需要有关的技术支持, 无论是产品的营销、物流的配置还是产品的售后等都需要技术支持。构成一个完善的运营体系, 借助于大数据技术, 可以对消费者的消费行为进行统计, 总结分析消费者的兴趣所在, 提前备好相应的物资, 满足消费者的需求。大数据技术可以将消费者划分为不同的层次, 划分标准可以是根据消费者的年龄, 也可以是消费者的消费心理。同时, 为了挖掘消费者的购物热情, 还可以利用节假日、特殊节日等举办优惠活动, 这时优惠活动中出现的打折策略、换购策略也需要进行数据计算进行技术支持。

### 2.2 虚拟性

虚拟性是网络时代下市场营销行为最显著的特征, 在

网络平台上,消费者通过观察产品图片、产品介绍以及商家提供的视频等了解产品的性能,继而决定是否选择购买商品,但是在这个过程中可能会出现实物与图片不符的情况,也就是最常见的营销伎俩。为了激发消费者的兴趣,不少商家选择采用高大上的图片,这些图片大都比较精美,反映出商品具有高质量的属性,但是在实际的发货过程中,店家给消费者发送的却是与实物不相符合,甚至严重不符的商品,这是虚拟的一方面表现。另一方面,消费者付给店家资金,店家完成发货行为,这一过程中,货币是以数字货币的形式存在,形成一个虚拟的网络货币交换体系,这也表现出网络营销活动的虚拟性。这种特点使得消费者可以在网络上就能完成交易活动,无需通过线下支付或者线下购买就可以获得商品,降低了商品营销的成本,简化了交易的程序,从而有效促进网络营销活动的进行<sup>[2]</sup>。

### 3 基于网络经济时代的市场营销变化分析

为了更好的做好市场营销工作,就要对新时代下市场营销的变化情况进行分析和总结,经过调查研究可以发现,市场营销主要在营销方式、消费需求以及营销范围等方面发生了变化,利用网络信息技术获取相关的数据资料,针对消费者群体需求的变化,给消费者提供优质的销售服务。

#### 3.1 营销方式发生的变化

在营销方式上发生的变化,主要体现在由被动位置转化为主动的位置,传统的营销方式上营销企业只负责研发产品,不注重研究消费者的消费心理和大众的消费取向,从而造成了研发出的产品不符合大众的需求,给营销活动造成了巨大的阻碍。网络经济时代下,企业要主动出击,时刻观察消费者的消费动向,从细节入手,观察最新的消费市场变化情况。对自身的营销产品和营销手段做出及时的更新和转换,不断研发符合消费者需求的产品,尤其是在一些重大的节假日来临之时,企业要借助抖音、快手等媒体平台,加大对本企业产品的宣传力度,利用直播间进行秒杀活动,让消费者得到一些实实在在的优惠,通过扩大消费者群体的方式来提高企业的经济效益,为企业的营销树立良好的口碑。由被动改为主动,对营销工作人员的要求也在逐步提高,需要工作人员有随机应变能力,以及观察能力,提前预测市场发展行情,及时研发和创新营销产品,赋予营销产品特殊的理念和定义,让消费者在接触到产品的时候,能够体会产品深层内涵,激发购物热情<sup>[3]</sup>。

#### 3.2 消费需求发生的变化

随着经济水平的不断提升,消费者的物质需求都得到了满足,人们真正需要的是特殊的产品,需要在普通产品中融入一些特别的元素,赋予产品新的生机,让产品具有更加深厚的内涵和底蕴,这也是新时代产品具有的特征。消费者需求在不断的发生变化,从最初的满足基本生活需要,到如今的满足精神需要,消费者的需求越来越多元化个性化。为此,营销企业要使用网络信息技术和大数据分析技术最大限度的了解和把握消费者的需求,制定消费者需求理论体系,始终以满足消费者需求为营销目标,提供个性化的营销产品,产品的价格和性能是决定产品营销数量的关键因素。在走向市场之前,企业的有关部门要对产品进

行定价测试和性能测试,了解消费者对于产品的预期价格,在合理的范围之内,给产品定价,不要过高,也不要过低。对产品的性能测试,一定要扩大测试范围,善于倾听消费者的意见和建议,对不合格的产品进行及时的撤销和损毁。

#### 3.3 营销范围发生的变化

网络技术催生了一个新的世界,也就是因特网世界。在网络世界中,各个区域之间的距离大大缩小,借助于发达的交通系统,人们可以购置到任何想要的东西。在促进经济全球化的同时,也有利于各区域之间的合作与共赢,扩大了营销范围。面对众多的消费者,营销企业应该重视营销策略和营销技巧,在保证产品质量的同时,也能够扩大销售的渠道,借助于各大网络平台和应用软件,加大产品的宣传力度,让更多的消费者了解产品的性能和属性,大胆做出购物尝试。传统的营销工作,销售范围局限在一个区域中<sup>[4]</sup>。网络营销工作中,没有固定的销售场所,以网络为平台,销售范围是整个网络世界,所以消费者数量大大增加。

### 4 基于网络经济时代的市场营销策略

在网络经济时代下,如何提高市场营销的工作质量,成为企业发展中需要面临的问题,除了使用大数据分析技术创新营销模式,分析营销信息之外,还需要从实际情况出发,针对环境变化情况,选择合适的营销方法,不断探索营销活动,在网络化的环境中提高自身企业的竞争力。

#### 4.1 利用大数据分析营销信息

消费者按照自己的需求选择产品,营销企业根据消费者的需求提供相应的产品,这两个环节之间是紧密联系的。但是二者又有不同的立场,消费者主要是为了尽可能的使用较少的资金,获取较高的产品。经营者是为了使用较少的成本,获取较大的利润,所以两者之间实际上存在着交换矛盾。为了减少矛盾,促进销售行为的顺利进行,营销企业应该在满足自身经济效益的同时,兼顾社会效益,站在消费者的立场上,多替消费者考虑。利用大数据技术了解消费者的消费观和消费动向,营销企业一定要重视产品的质量,如果一旦产品出现质量问题,或者是曾经出现过质量问题,都会影响产品的销售口碑,大多数消费者会避免购买这类产品,而选择其他企业的产品,所以要打造一个完善的营销体系。在产品投放到市场之前,要进行严格的质检,对产品进行集约化处理和管理,并且为消费者提供了解的渠道和空间,让消费者切实感受到企业产品的质量。在营销过程中,通过信息整合确定一个大的营销方向,通过客户的反馈,对产品进行完善和发展,消费者在进行消费交易的时候,会产生大量的数据,平台会记录下这些数据,并且通过对这些数据的分析可以对企业的销售行为进行反馈,企业不断优化营销方案<sup>[5]</sup>。

#### 4.2 创新营销模式

受网络环境的影响,人们的消费观念和消费行为也发生了巨大的变化,通过浏览各种信息碎片,人们就可以了解有关的消费动态,继而选择自己心仪的消费产品。所以在网络时代下学会营销技巧是十分重要的,企业应该创新营销模式,打响产品品牌,丰富营销的途径,培养粉丝群,

挖掘潜在的客户。诸如近些年来,手机市场的竞争力逐年增加,为了开辟新的市场,小米手机选择了新的营销模式,即由传统的市场营销转变为微博营销、网站营销,发挥粉丝群的作用。消费者的需求是多样的,而且越来越偏向个性化,所以企业要利用先进的生产技术,为消费者生产出质量上乘的产品,尽量满足个性化的需求,同时要与物流公司做好合作业务,衔接好有关的物流配送工作,为消费者留下一个良好的印象。

#### 4.3 结合环境变化创新营销方法

营销市场的环境会急剧变化,作为一个合格的企业领导者,应该根据市场的变化情况及时调整策略,借鉴其他企业的营销策略,通过直播访谈的形式扩大产品的知名度,让企业产品走向市场,并且要做好消费者的购买体验调查工作,了解产品的不足之处,及时改良产品。选择优秀的博主进行带货,开启带货服务,这样在直播间内就可以发挥粉丝的作用,粉丝就可以提高产品的销售量,利用限时秒杀以及奖品优惠等形式吸引消费者的目光,让消费者参与到整个营销活动中来。通过这种方式,消费者的消费心理会发生转变,并且紧跟营销者的步伐,顺利完成营销活动。有条件的企业还可以通过打广告的形式,扩大产品的知名度<sup>[6]</sup>。

(上接第32页)

前景充满希望,但目前面临一些问题和挑战。虽然5G智慧医疗未来可期,但它仍然是一个新的领域,在医疗保健领域,确保数据的安全性和准确性至关重要,5G智慧医疗仍然面临许多挑战。5G智慧医疗应用场景的实现不仅依赖于5G网络的优势,还依赖于大数据、云计算和物联网等新兴技术的结合,网络与相关技术之间的合作尤为重要。现在,虽然5G仍处于试用阶段,但它在覆盖范围、加载方法和实现方法方面存在不确定性,医疗机构信息化水平参差不齐,部分医院设备辐射水平低,移动互联网覆盖率低,网络及相关技术整合协调不好。在智慧医疗产业应用的发展过程中,存在着潜在的稳定性和安全性风险,并建立适当的政策监测和管理机制。5G智慧医疗正在蓬勃发展,这不可避免地需要医院和行业医院之间的多样化连接和跨部门协调。目前,我国5G智慧医疗应用总体规划还不完善,缺乏自顶向下的设计和重要的文献指导,总计划还必须符合有关国家政策的要求,更难积极参与社会的许多方面。此外,5G智慧医疗还制定了一项国家战略,实施上下级监管机制,统一管理,建立有效的资源共享和长期商业模式,共享医疗资源,实现5G与医疗产业的深度融合,引导5G智慧医疗健康的发展。不同应用场景下的网络指标要求5G具有高带宽、低延迟和大量连接属性,而5G在医疗行业有许多应用场景,不同应用场景的网络需求也有很大的不同。在我国信息与通信研究院和互联网医疗卫生产业联盟发布的白皮书“5G智慧医疗卫生(2019年)”中,医疗场景分为远程医疗场景和医院应用场景,分为10个场景。然而,我国尚未颁布相关标准,规范医疗应用场景中的5G网络指标,

## 5 结语

综上所述,网络时代背景下企业的营销方式和营销策略要进行转变,要在传统营销方式的基础上作出进一步的改进,要发挥信息技术和大数据技术的作用和优势,通过整合各类数据资源,深度挖掘和分析市场中所蕴含的销售技巧,并且按照消费环境的变化,对企业的营销策略做出及时的革新,满足消费者的需求,提高企业的经济效益,从而促进社会的稳定发展。

## 参考文献:

- [1] 王璐.论网络经济时代市场营销策略的转变[J].商业经济,2021(07):65-66.
- [2] 严球.网络经济时代市场营销策略的转变策略分析[J].现代营销(经营版),2021(07):114-115.
- [3] 邱静静.网络经济时代市场营销策略创新研究[J].科技经济导刊,2021,29(18):203-204.
- [4] 顾众.基于网络经济时代下市场营销策略转变的探讨[J].现代营销(经营版),2021(06):63-64.
- [5] 孙苹.网络经济时代市场营销策略的转变[J].商业文化,2021(14):40-41.
- [6] 李林娟.网络经济时代市场营销策略的转变[J].营销界,2021(20):4-5.

稳步推进智慧医疗应用场景5G,因此政府部门应结合医疗行业的特点,制定医疗行业5G网络标准体系的实施要求。5G智慧医疗目前正处于初步实验探索阶段,然而在国家政策的大力支持下,国家医疗护理水平的不断提高和5G技术的大力推广,必将成为智慧医疗产业的美好未来。

## 4 结语

总之,我国医药技术的全面进步促进了医疗事业的持续快速发展,特别是5G无线网络技术的出现,以其强大的医疗效益得到了有效的部署,对医疗产业的发展进步起到了重要作用,它不仅有效地保证了医院的整体服务质量,而且有助于达到整体业务水平。尽管5G技术有许多优点,但仍有许多问题需要改进和解决,5G智慧医疗的研究力度逐渐增强相关技术的研究不断完善,进一步推动了医疗产业的可持续发展,将我国医疗产业推向了一个新的高潮。<sup>[1-5]</sup>

## 参考文献:

- [1] 陈亮,张乐乐,张文彪,刘辉.物联网技术在智慧医疗中的应用分析[J].中国新通信,2018,20(24):111.
- [2] 彭艺真.5G技术在智慧医疗领域的应用场景探析[J].长江信息通信,2021,34(05):205-207.
- [3] 崔小利,吴朝辉,张玲.物联网和云计算在智慧医疗领域应用专利技术分析[J].科技视界,2018(23):24-26.
- [4] 车亚进.基于物联网的智慧医疗系统研究分析[J].电子测试,2019(04):78-79,112.
- [5] 王映涛.医疗物联网的应用及关键技术分析[J].信息与电脑(理论版),2018(16):157-158.