

企业市场营销活动的项目化管理探究

王莉

(杭州得诚电力科技股份有限公司, 浙江 杭州, 311100)

为有效保障企业市场营销活动开展的质量, 实际项目化管理工作的落实是比较重要的, 这是提升项目化管理工作开展质量的保障。在项目化管理方法的科学应用下, 积极改变传统的管理模式以及管理的观念, 能为市场营销目标的实现奠定坚实基础。

一、企业市场营销活动项目化管理价值

在市场营销活动中融入项目化管理方式, 能突出其积极价值, 如:

(一) 有助于营销进程系统科学化

企业市场营销活动的开展要和市场化发展要求相适应, 这样才能真正有助于提高营销活动的整体质量。在科学应用项目化管理方式下, 其对提高项目管理工作的质量水平有着积极意义。项目化管理方式和企业营销工作的紧密结合, 能排除干扰性因素, 从而促进营销进程的系统科学化。

(二) 有助于提高企业竞争能力

企业市场营销活动项目化管理工作的实施在提高企业市场竞争力上有着十分重要的价值作用, 有助于企业营销观念的升级发展。营销中存在的问题需要及时解决处理, 才能从整体上提高合作效率。

(三) 有助于保障企业发展空间稳定

现代化时代背景下, 企业在市场发展面临的竞争压力比较大, 为保障企业的良好发展, 需要有稳定的发展空间。在应用项目化管理的市场营销下, 企业能在短时间获得发展优势, 再结合市场环境变化及时调整发展策略, 就能够为企业发展创造稳定的空间。

二、企业市场营销活动项目化管理步骤

企业市场营销活动开展中, 项目化管理工作的落实要按照相应步骤执行, 从而提高市场营销活动的质量。主要从以下步骤入手进行落实:

步骤一: 前期策划

在市场营销活动项目化管理工作开展中做好前期策划是比较关键的。首先, 企业要注重市场状况的分析调查, 在此基础上做好前期评估工作, 保障项目实施的质量。其次, 企业要通过分析调查工作的实施来精确掌握情况, 做好调查结果量化处理, 通过清晰的书面形式完整呈现分析结果。企业在市

场营销活动的开展中要结合调查分析结果来执行策略, 使任务落实到人。

步骤二: 项目执行

在市场营销活动项目化管理过程中, 具体步骤执行环节需先获取机构授权。获取授权后, 由营销和产品研发等部门成立专项小组, 结合具体状况做好计划的调整工作。产品研发期的市场竞争力较大, 需要有技术人员积极参与, 将产品的效果良好呈现出来, 降低生产成本, 从整体上提升生产效率。

步骤三: 加强风险管理

市场营销活动项目化管理在风险防范管理层面也是比较重要的。做好风险预测工作, 能够就潜在风险进行准确预测, 并给出有效应对策略, 从而避免风险问题的发生。项目计划落实的时候, 企业要着重以科学技术对结果定期评估, 期间对存在的风险进行有效处理, 以最大程度减少不必要的麻烦。通过应用科学技术来做好项目跟进监测, 从风险防范层面进行强化, 才能保障市场营销活动的质量效果。

步骤四: 后期收尾

市场营销活动项目化管理在进入到收尾阶段的时候, 要做好活动总结工作, 并就管理工作以及合同文件进行细化处理, 保障项目全程操作的有效控制。另外, 做好有用经验以及解决方案的统一化整理, 能为后续工作开展提供参考。企业重视项目成果无误性, 做好产品核查, 保障产品质量, 在后期收尾环节加强质量控制, 才能更好地提高市场营销水平。

三、企业市场营销活动项目化管理策略实施

市场营销活动项目化管理过程中要注重相应策略的优化落实, 从以下策略实施方面着手:

(一) 项目管理指导下的战略制定

企业以项目化管理为导向, 在战略制定方面进行优化, 保障制定的战略能和企业市场营销发展需要相适应, 将营销战略的价值作用充分发挥出来, 才能真正为既定发展目标的实现打下坚实基础。企业在市场营销过程中要将目光集中于明确战略规划方面, 通过科学的战略来指导营销活动流程, 从而充分发挥战略的指导价值。项目化管理导向的营销

战略制定，要注重目标市场调研，基于实际调研数据信息来制定营销战略，从而提高战略制定精准度，提升营销活动的效果。

（二）营销活动中的项目管理创新

企业要注重管理评价机制形成，做好营销活动全方位以及全过程的项目化管理。在方案计划环节要注重制定相应营销计划，细化项目内容，完善评审机制，以保障评价工作开展合理、科学。通过具体工作的落实，做好评价机制对产品和相应资源采购配置的管控，保障项目活动从中获益。另外，企业还要注重提升项目管理人员能力素质，因为在具体市场营销工作开展中，人员要面临的工作环境比较复杂，所以工作人员自身的能力素质会成为市场营销活动开展的重要影响因素。企业只有提高项

目管理人员的能力素质，强化人员分析能力以及市场洞察能力，才能使其在实践中保障好工作开展质量，为既定工作目标的实现打下坚实基础。

四、结语

综上所述，在企业市场营销活动中，传统的管理方式已经无法适应当下的企业发展状况。为促进企业在市场中的良好发展，需要对市场营销工作进行优化，科学应用项目化管理的手段，以保障市场营销工作的良好落实，只有做好基础工作，才能实现既定的发展目标。

【作者简介】杭州得诚电力科技股份有限公司，经济师，硕士。



（上接第 14 页）

四、研究结论

研究结论显示，一个公司提出该项革新直至革新被采纳间隔的月数（ y ）和公司的资产总额（ x ）存在着显性的二元线性关系。一个公司提出该项革新直至革新被采纳间隔的月数和公司的资产总额成正比，保险公司采取某项保险革新措施的速度与保险公司的规模成反比。随着保险公司规模的扩大，某项保险革新修改的风险和成本都在增大，随之而来的保险具体规则的修改空间与可能性和通过率都在逐渐降低。

但这一事实同时也意味着，一家保险公司的规模越大，保险政策就越趋近于完善，这就是其公司能成功的原因。一个完善的保险政策在环境没有发生巨大变动的情况下，短期之内是不会更改的。这也就是为什么在一个拥有巨大资产的保险企业内，如中国人寿、平安保险，一个新的保险套餐或一个新的保险政策很难通过，一个新的革新从提出到被采纳也需要很长时间。

【作者简介】高天，北京第二外国语学院。