



浅谈印刷企业的营销策略

贾跃宙

市场营销这个词正在被越来越多的人所认识，营销学理论也正在被越来越多的企业接受，成为企业取得成功的重要条件。本文就印刷企业的营销策略做一些论述。

一. 什么是市场营销

市场营销观念是企业经营观念上的一次根本性的变革。市场营销观念与推销观念有着本质的区别。所谓推销观念是“由内向外”，中心出发点为卖方需要，其宗旨就是如何把卖方的产品换成现金；而市场营销观念则是“由外向内”，中心出发点为买方需要，其宗旨是以市场为起点，以客户需求为中心，协调各种可能影响客户的活动，通过满足消费需求获取利润。

二. 印刷企业的市场营销

印刷企业的市场营销是以客户为中心，通过一定的交易程序，为满足客户对印刷品的现实需求并唤起潜在需求，而在市场上所进行的综合性经营活动的过程。客户需求是印刷企业产品设计和生产依据，所以它是印刷企业生产的出发点，加工后的印刷品再由客户进行销售去满足其他消费者的需求，从而实现印品的价值。印刷企业的市场营销主要有以下的方面：

第一. 现代印刷企业进行市场营销的目的就在于吸引客户、引导客户，以满足客户对印刷品的现实需求和潜在需求。印刷企业可采用多种有效的市场营销策略满足现实需求，引导潜在需求向现实需求转化。

第二. 印刷企业进行市场营销的内容按照营销学的4P理论可以分为印品、价格、渠道和促销。在这个理论框架下进行市场研究、市场定位、产品（服务）定位、价格定位，以及渠道定位并且积极开展一系列广告促销活动。

第三. 印刷企业进行市场营销的最终目标是达成交易。围绕市场营销的这个中心而展开的印材采购、印品的生产、运输与储存等各个部门的活动都要服务于这个目的。

三. 树立全新的营销观念

营销观念是指对市场的根本态度和看法，是一切经营活动的出发点。它的核心问题是以什么为中心来开展印刷企业的生产经营活动。所以营销观念的确立对我们印刷企业的兴衰有着重要的意义。

在计划经济时代，印刷企业是“产值第一”，不管市场，不计盈亏。而在市场经济时，企业往往又走向了另一个极端——“利润第一”。其结果难免导致短期行为，损害企业形象和企业的市场地位。按照现代营销观念，任何一家企业都应当是“市场第一”。占有市场、赢得客户是印刷企业发展的最有效保障。

四. 制定营销策略

第一. 实现印品差异化。就是将企业印品与行业内的其它印品形成鲜明对比，努力做到人无我有、人有我优，形成本企业的特色。

第二. 实施品牌策略。企业品牌的树立，是信息时代的一个重要经营策略。所谓品牌营销是指通过品牌的形象塑造和宣传创立全国品牌乃至世界品牌，从而借助于名牌来促进企业的营销活动，以便实现经营目标。

第三. 积极开展网络营销，扩大市场范围。中国网络用户正以每年20%的速度增长，网络经济为印刷企业提供了一种可以全面展示其印品、服务品种和数量的空间，制作良好的网络广告可以起到提高企业知名度和商业信誉的双重作用。

当然，更有效、更全面的营销策略、竞争策略还需要我们去不断的发现、总结、实施。

综上，消费者对印刷品的质量要求在不断提高；与此同时，印刷市场的竞争也更趋激烈。这就要求我们必须了解市场、分析市场、利用市场、服务于市场，让所有的客户都满意是我们不断追求的目标！

中国包装杂志社 版权所有

地址：北京市东城区东黄城根北街甲20号 邮编：100010

电话：(010)64036046 64057024 传真：(010)64036046

E-mail : zazhi@cpta.org.cn