

中小企业营销团队协作障碍与效能提升策略探析

王娟

山西财经大学, 山西太原, 030006;

摘要: 中小企业营销团队的良好协作, 对工作效率的提升, 增强企业核心竞争力有重要作用, 因此企业的重视程度较高。但是, 营销团队在协作期间, 经常遇到各类障碍, 包括沟通障碍、缺乏信任等, 导致团队协作效率偏低。为有效解决此类问题, 应该制定切实可行的应对办法。本文主要以中小企业营销团队协作为切入点, 通过对协作障碍的深入分析, 提出可行的效能提升策略, 以保证团队之间能紧密协作和沟通。

关键词: 中小企业; 营销团队; 协作障碍; 效能提升

DOI: 10. 64216/3080-1494. 25. 07. 057

引言

中小企业是经济体系中不可缺少的重要组成部分, 在推动经济增长、促进就业等方面发挥重要作用。但相比于大型企业, 中小企业在资源、规模等方面处于劣势, 营销团队协作面临的障碍较多, 通过深入分析, 提出有针对性的解决策略, 以便有效提升中小企业营销团队协作能力。

1 中小企业营销团队协作的重要性

在复杂多变的企业环境中, 营销团队协作对企业目标达成、提升竞争力、实现可持续发展有重要作用。通过合理的协作, 不仅可以让工作效率和准确性提高, 也能为企业创新发展提供助力。

(1) 促进工作效率和准确性的提高。从中小企业的角度分析, 加强营销团队协作, 各成员之间能为同一目标而努力奋斗, 共同分担任务, 共享信息及资源, 促进工作效率的提高^[1]。并且, 团队成员间能相互学习和提升, 从这个整体角度上将错误减少, 保证工作更为准确。

(2) 增强创新能力。营销团队成员之间的背景、经验、观点等均存在一定差异, 通过相互协作, 能产生新的创意和解决方案, 这种集体智慧的汇集, 对企业复杂问题的解决有促进作用, 也能帮助企业抓住新的市场机遇, 为企业创新发展打下坚实基础^[2]。

(3) 促进知识共享和人才培养。中小企业营销团队协作期间, 成员之间的互动对知识传递和共享有积极影响。如果团队成员经验丰富, 专业水平和职业素养高, 可以通过实践为新人提供指导, 做到知识的有效传承。团队协作对培养团队成员的多方面能力有重要作用, 包括协作能力、领导力、沟通能力等, 可以为企业储备更

多人才资源。

(4) 帮助企业树立良好形象。针对中小企业而言, 如果营销团队能积极沟通, 提升协作效能, 其自然可以高效率将营销任务完成, 且整个过程不会出现问题, 体现团队的专业性, 这对企业形象的良好树立大有裨益。并且, 从企业层面考量, 一个协同合作的营销团队, 可以及时将遇到的问题解决, 避免出现沟通补偿、信息传递不及时等问题, 有利于团队竞争力的增强, 从而间接提升企业的竞争优势。

2 中小企业营销团队协作障碍

为达到对营销团队协作障碍彻底突破的目的, 促进协作效能的提升, 应该以具体的障碍为依据, 在对其表现和原因全面掌握的基础上, 制定针对性的应对办法。

2.1 沟通障碍

沟通是团队协作的基础, 如果沟通不畅, 团队协作将会受到负面影响。在中小企业营销团队协作期间, 经常存在信息传递失真、误解等情况, 阻碍了项目的推进及团队凝聚力提升^[3]。针对中小企业而言, 规模较小, 缺乏规范的沟通流程和信息系统, 使得信息传递期间出现延误、失真、丢失等问题。并且, 中小企业营销团队成员在沟通过程中, 对传统面对面交流、电话沟通等方式依赖性强, 不能积极应用多样化的沟通工具。在快节奏的市场环境下, 传统沟通方法很难使团队成员快速、高效沟通的需求得到满足。部分成员在沟通期间, 容易出现对信息理解不到位的情况, 致使沟通障碍进一步加剧。部分中小企业在沟通方面, 缺乏完善的制度, 包括定期团队会议、项目进度汇报制度等, 导致团队成员之间不能及时进行信息交流和反馈, 很难形成统一的协作思路和行动方案, 最终影响了项目的推进。通过对此

问题的分析,与团队文化、个人习惯、沟通模式有较大联系,倘若团队对沟通的重视程度不足,成员将很难认识到沟通的重要性。

2.2 团队缺乏信任

在营销团队协作过程中,信任是关键要素之一,但就当前而言,中小企业营销团队协作中信任和领导力缺失是亟待突破的一大障碍,使得团队成员间很难顺利沟通,不利于工作效率的提高,甚至会导致合作氛围紧张。缺乏信任的表现多为团队成员之间相互猜疑、不信任,久而久之,营销团队的工作积极性和主动性被削弱,影响了团队凝聚力的提高,协作效果也无法达到预期。在团队协作中,经常出现合作动力缺乏的情况,因为不相信其他成员能按时将任务完成或不能面对挑战,致使工作效率迟迟得不到提升。这种不信任感会导致成员间的隔阂加剧,最终使营销团队的协作效率 and 创新能力受到影响^[4]。

2.3 角色和职责缺乏清晰性

在中小企业营销团队协作期间,角色和职责不明确会引发一系列问题,包括团队效率低、凝聚力不强等。如果营销团队成员的角色和职责划分不清晰,任务的分配会变得模糊,谁该负责哪部分工作,应承担何种责任等,这些问题如不能明确回答,将会在工作和协调中出现混乱现象,使得团队成员经常重复工作,阻碍了项目的顺利推进。针对领导者而言,虽然对团队成员的角色进行了明确界定,但因为不能有效沟通,加之在理解上存在偏差,使得团队成员对自身决策存在误解,没有正确理解工作意义和价值,从而无法全身心投入到工作中。

2.4 营销团队目标不一致

就现阶段而言,营销团队的协作期间,经常存在没有制定统一的目标的情况,使得团队协作存在很大障碍。如果团队在目标制定过程中不能保持统一,在工作内容、方向上很难做到一致,无法实现各类资源的灵活配置,甚至会有内部矛盾加剧的现象发生,最终影响了团队协作效率和水平的提高。诸如,销售部门在制定目标期间,多会考虑自身效益,不能从企业整体层面考量,围绕目标展开,最终出现目标不相符的情况,单纯关注短期销售业绩的提高,忽视了企业的长远发展,进而阻碍了企业可持续发展进程推进。

2.5 团队成员水平参差不齐

中小企业营销团队在协作期间,因为涉及的成员较

多,所以其在水平以及能力方面可能存在参差不齐的情况,为团队之间的良好协作造成很大阻碍。相比于大型企业,中小企业在招聘和培训过程中,通常不能投入太大成本和时间,因此部分成员没有经过系统且专业的培训和教育,在水平、素养以及能力方面无法保持一致。并且,团队成员在开展各项业务过程中,其价值观、工作理念等有明显差异,使得决策、工作方式、目标设定等层面不可避免会出现冲突,且每个团队的沟通习惯和模式不同,故而在信息传递及理解方面可能出现偏差,致使团队之间不能科学协作。

3 中小企业营销团队协作效能提升策略

3.1 不断优化沟通机制

针对中小企业营销团队协作期间存在的沟通不畅等问题,需要制定完善的制度,对现有沟通渠道适当拓宽。在充分利用传统沟通模式的基础上,加强先进手段的运用,包括企业微信、钉钉等。企业也可以引进项目管理软件,实现对信息传递网络的进一步完善。营销团队在沟通过程中,可以建立单独的沟通群,以便成员之间可以针对具体问题随时沟通,动态掌握项目实施情况。或者使用项目管理软件,灵活分配各项任务,对项目进展情况进行随时跟踪,为信息的传递和共享提供方便。结合营销团队的特点及项目需求,需要保证选择的沟通方式方法合理、科学,利用定期会议等形式,使沟通更为顺畅。在团队会议期间,各成员应该主动参与,且在会议上大胆发表自己的想法、看法以及观点,创设良性的沟通氛围,以实现对沟通障碍的彻底突破。团队成员也要大胆反馈,针对存在的问题,需要第一时间反馈和响应。团队成员在沟通时,要给予对方应有的尊重,对于不同意见和想法,应该持有尊重开放的心态,共同制定应对策略。为促进沟通效率和水平的提升,还可以采取定期培训的手段,让成员学会表达技巧等,以免在沟通中出现障碍。

3.2 增强团队成员间的信任度

为突破中小企业营销团队协作中缺乏信任这一障碍,应该采取多元化的方式方法,建立团队成员间的信任感。诸如建立开放透明的沟通渠道,营销团队成员在沟通和交流过程中,做到坦诚相待,积极分享想法和观点,确保团队成员间能对彼此有深入的了解,将误解、猜疑减少。团队成员要主动参与团队活动,在活动中使彼此更为了解,建立信任感。同时,注重领导力的培养和提高,通过定期培训、研讨等多元化形式,帮助领导

者掌握先进的领导技能和管理手段。此外,以组织行为学中的激励理论为依据,设计多元化的激励体系,综合利用物质激励、精神激励等多种方式,增强团队成员的协作主动性和积极性。在物质激励上,除工资、奖金等常规激励措施,也要以团队成员的贡献、绩效为基础,提供期权等长期激励措施,使营销团队成员对企业产生归属感。在精神激励上,利用表彰优秀团队成员、授予荣誉称号等方式,使营销团队成员的自我价值需求得到满足。

3.3 科学划分团队成员角色和职责

对于中小营销团队而言,在建立伊始,应该合理分工,成员的职责要明确,确定具体扮演的角色,以便成员在工作期间可以对自身的工作内容有充分的认识,知晓工作范围,不会出现重复、遗漏等现象,使工作进度加快。为保证团队能够有效协作,需要对成员的综合能力和水平全面提高,利用培训、一对一指导等多种形式,让成员正确认识自身工作,了解具体内容。在培训期间,从团队成员整体发展角度出发,在对其发展需求综合考量的基础上,针对性地对其职业进行规划,并对现有培训计划进行适当优化,体现出个性化、专业化。比如:在对销售人员培训过程中,应该将培训的重点放在销售方法、客户关系处理方法等多个层面。同时,做好团队成员的带动工作,让其能自主学习新方法、新技术、新理念,积极参与行业交流活动等,以便团队成员知识结构在完善的同时,视野可以不断拓宽。

3.4 设立共同的目标

针对营销团队协作过程中面临的缺乏共同目标障碍,团队领导要认识到问题的严重性,主动与团队成员讨论和分析,明确团队的长期和短期目标,让所有成员做到了然于心。制定完善的目标共享制度,定期回顾及讨论团队目标的实施情况,使全体成员对目标的实现有一定参与感和责任感。鼓励团队成员间深入交流,共同解决问题,形成统一步伐。营销团队目标在制定过程中,应该做到团队成员个人目标与团队目标协调一致,采取定期开展团队建设活动等,帮助团队成员树立正确的价值观和团队意识,认识到个人目标实现和团队目标达成之间的关系。此外,积极开展户外拓展训练、团队聚餐等活动,确保团队成员间的信任和默契度能增强,高效

率、高质量地将工作任务完成。

3.5 全面提升团队文化素养和水平

为促进营销团队协作效能的提高,中小企业还要加强文化的整合,利用培训等方式,加大企业文化建设力度,保证营销团队的文化能得到深度融合。积极开展团队拓展训练、团队协作项目等活动,使团队成员间的信任和默契度增强,提高成员的协作、创新等多方面能力。同时,培养管理者多元化管理能力,确保其能对团队成员有效管理,实现对团队成员的积极引导和带动,使团队成员间积极协作。为达到吸引和留住优秀人才的目的,中小企业应该建立完善的人才发展和竞争制度,以营销团队成员能力、业绩等为依据,为其提供明确的职业发展规划和晋升渠道。同时,设立营销专员、营销主管等不同层级的职位,让团队成员有晋升的空间。或者建立内部人才储备制度,对表现优秀的成员重点培养,保证企业未来发展有充足的人才支撑,增强营销团队的稳定性。

4 结束语

综合而言,营销团队的有效协作对中小企业稳定发展有重要意义。因此,针对当前营销团队协作过程中面临的各类障碍,企业应该对具体的表现和原因深入分析,以此为基础,结合企业实际情况,制定切实可行的性能提升策略,包括增强团队成员间的信任度、设立共同的目标等,保证团队之间能深入协作和沟通,增强团队凝聚力,提升企业销售业绩,为企业可持续发展打下坚实基础。

参考文献

- [1] 张杰魁. 中小企业提升团队凝聚力的有效路径[J]. 现代企业文化, 2025(9).
- [2] 董莉婷. 企业薪酬差异与员工团队合作行为的关系探究[J]. 河北企业, 2024(8): 84-86.
- [3] 王维. 绩效导向下的企业培训与团队建设整合路径探讨[J]. 中国产经, 2024(24).
- [4] 钟胜. 企业文化建设与团队协作效能的关系研究[J]. 现代企业文化, 2023(33).
- [5] 白福萍, 刘东慧, 齐鲁光. 高管团队外部关系网络, 合作创新与企业数字化转型[J]. 哈尔滨商业大学学报: 社会科学版, 2023(1): 86-100.