

数字化给营销和渠道带来的颠覆性变化

王宇

苏美达股份有限公司

[摘要] 数字时代市场营销和渠道发生了颠覆性变化，许多新的营销模式出现在市场中，市场渠道也不断得到拓宽。研究数字化给市场营销和渠道带来的变化有助于企业长效发展，从而促进市场繁荣。实现这一目标既要结合企业运营模式和数字化对市场的具体影响进行综合性评定，这样才能进一步推动市场发展，使得市场营销模式更加完善，市场渠道变得更加多样化。

[关键词] 数字化；市场经济；营销；渠道

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-627X.2021.12.1934

数字化技术改变了各行各业发展，对于我国市场经济发展发挥着重要作用。在数字时代市场营销和渠道都发生了明显变化，这些变化即为企业带来了机遇，也为企业带来了挑战，如何应对挑战并抓住机遇是诸多企业正在思考的问题^[1]。想要从根本上分析数字化带来的改变必须从市场环境变化入手，结合企业发展实际情况进行综合性研究，从而制定相应调整策略，为企业提供稳定发展环境，进一步推动我国市场经济发展。

一、数字化给营销带来的变化

数字化营销是目前营销领域的主要变化，随着互联网高度发展，由网络直接和间接创造的价值不断增加，这促使许多企业加入网络营销中，在此基础上数字化营销衍生^[2]。数字化营销包含了许多新特征，如生态建立、需求设计以及需求创造等，企业完全可以根据用户需求为其量身定制服务，这对于提升用户体验度发挥了不可忽视的作用，在用户需求影响下建立生态的影响体系，实现可持续发展。图1为数字化营销模式。随着数字化技术的发展，越来越多的数字化营销模式被应用于企业的运营活动中，极大推动了市场的繁荣。

人们购物习惯发生改变，大部分人更愿在网上购物，而这些人在购物时会选择自己感兴趣的内容进行浏览，这些信息对于企业而言非常关键，分析和汇总这些信息，根据用户的兴趣点为用户推荐合适商品能够有效提升营销效果，因此人工智能技术在这一过程中发挥了重要作用。人工智能是建立在大数据、智能算法和机器学习等技术基础上被研发出的技术，其可以对海量的数据信息进行分析和处理，结合数据信息的联系性总结信息特征，从而帮助企业为用户提供个性化服务。

(二) 云管理技术成为营销管理中的主要管理技术

云技术的发明极大地改变了计算机行业发展，传统环境下企业无法处理大量信息数据，从而给营销工作带来诸多影响^[3]。但是随着云技术的出现，企业在处理大量的营销数据时收到的限制大大减少，而且利用相关数据时也无需在特定场所调取，即使相隔万里工作人员也可以将相关数据信息获取。云技术能够为消费者提供良好的线上服务。云管理技术的应用使得营销管理变得更加系统化，无需通过人力方式处理，极大地节省了人力资源，同时还提升了数据信息处理效率。

(三) 移动营销模式和跨平台营销联系越加密切

传统营销模式下企业的营销方法较为单一，所涉及的范围十分有限，但是随着数字技术的兴起，移动营销模式与跨平台营销模式和多边网络效应理论成为企业营销的重要方法，二者间融合度越来越高，且针对性也越来越强。平台间的合作对于各方而言都有着重要意义，因此企业也不断地推动移动营销模式和跨平台营销模式融合，希望通过更多优质营销模式提升自身经济效益。最为重要的是人们的购物习惯发生改变，以手机移动端为主的购物成为人们习惯，因此企业必须将更多的营销精力投入移动端营销中，而这一过程中跨平台营销是企业无法绕过的，企业不仅需要打造自己营销平台，也需要与其他平台合作，这样可以有效地推动企业发展，提升企业经济效益。

二、数字化给渠道带来变化

(一) 分散化和多样化发展成为渠道的新特点

数字化给渠道带来的变化也很明显，分散化渠道成为新的

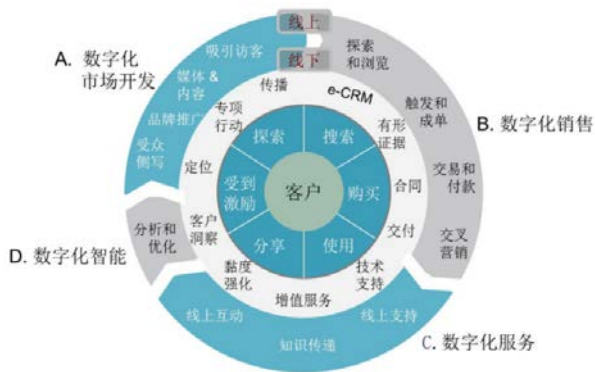


图1 数字化营销模式

(一) 人工智能成为营销过程中不可缺少的技术

营销是企业为用户提供针对性和个性化服务，让用户能够从服务中获得良好体验感，企业的目的是创造顾客，并通过产品创新吸引顾客，从而创造价值。在传统营销环境下实现这一目标难度较高，需要营销人员与用户不断进行沟通，在沟通中挖掘用户需求，但是在数字化时代，人工智能技术改变了这一

特点,企业在推广一种商品时不会局限于自己擅长领域或者范围,而是尝试着进入不同领域和范围,而人们想要获取某种商品时可以考虑范围更广,选择符合自己需求的商品。在这样的背景下渠道正在朝向分散化发展,无论规模是大是小企业都可参与到竞争中,一旦企业在某一渠道中获取较大比重的利益,那么企业在该范围的影响力也会提升。

(二) 多平台渠道正在不断地拓展并创新

渠道的拓展对于企业而言是一次发展机遇,数字化所带来的诸多影响其中包括了多渠道的发展模式,并在此基础上进行了创新。多渠道平台的存在本身对于企业和消费者而言都产生了重要影响,其不仅便捷了消费者,而且为企业提供了足够发展空间,在这样的基础上企业能够结合渠道拓展的特点进一步利用多渠道空间,与多个平台进行紧密合作,在合作中获取更多经济效益,这种渠道变化特定也说明了企业想要抓住发展机遇必须以渠道拓展为重点深耕网络渠道,实现此目标有助于企业可持续发展,可以解决企业发展中诸多不利问题,从而提升企业发展质量,企业在意识到多渠道平台拓展的发展方向后能够继续保持较强发展活力,这对于企业而言有着重要意义,企业的发展也必将逐步迈入新阶段,企业的经济效益也会不断提升,这可以有效地提升企业发展质量。

(三) 以满足消费者体验需求的渠道得到发展

在拓展渠道的过程中满足消费者需求非常关键,消费者需求是影响企业效益的重要因素,随着线上购物热度增加,线上购物已经成为消费者消费的重要方式,在这样的环境下企业发展也出现相应变化,想要满足消费者消费需求必须不断拓展消费渠道,并深入地挖掘消费者需求,为消费者提供多种消费服务,这样能够有效地推动市场经济发展。企业想要在竞争中处于不败地位,也必须根据用户需求制造和营销产品,为用户提供针对性和专门服务,这样可以进一步获得用户群体的认可。渠道拓展越来越倾向于满足消费者的需求,这样的发展模式对于企业和消费者而言都很重要,因为消费者的需求得到满足,同时企业的生产内容得到进一步细化,解决了产品积压浪费问题,同时也提升了资源的利用效率。

三、数字化时代企业发展的策略

数字化给企业营销和渠道带来了许多改变,结合这些改变制定企业发展措施非常关键,企业需要不断地研究新的发展策略,能够制定多种有效的调节方法,通过有效的营销措施和不断地拓展渠道的方法为企业带来更多机遇,在发展过程中实现经济效益的提升,这对于企业而言有着非常重要的意义。

(一) 紧抓新技术带来的机遇

新技术是推动社会发生变革的主要推动力,企业需要仅仅抓住新技术带来的改变,能够将新技术应用于企业的发展过程中,使得企业的营销和渠道得到更好的发展。如企业需要积极学习和应用大数据技术和人工智能技术,通过这些技术对自身营销模式进行优化与完善,利用这些技术进行渠道拓展,这样能够为企业提供更多有效的发展策略,使得企业得以更加顺利的发展,在新的时代背景下,企业需要认识到这些技术变化带来的影响,能够从技术变化的过程中找到发展的方向,并利用好新的技术进行变化,这样企业才能更好地占据更大的市场份额,在市场竞争环境下持续发展。抓住技术变革是众多企业经营发展的重要方式,其能够帮助企业立足。

(二) 转变营销和渠道的方法

对于企业而言想要不断地提升自身经济效益,需要制定完善的营销方法和不断拓展渠道,在此基础上稳站稳打方可站稳脚跟,如果企业在这两个方面的优势不够突出,那么企业在未来的一段时间内将会处于被动竞争的地位,市场环境的变化可能导致企业无法稳定地发展,企业的经济效益不断被压缩,并无法应用更多资源用于渠道的拓展中,这将会给企业带来无法避免的损失,从而使得企业的整体生存出现问题,如果企业能够意识到这一点,并采取更多有效的方法进行改进,则能够实现自身长效发展的目标,实现这一目标后企业的整体发展情况将会得到改善。因此企业必须在这一基础上制定可靠的营销和渠道拓展方式,循序渐进地进行稳定的发展。

结束语:总而言之,数字时代背景下市场环境发生变化,营销和渠道的变化反映了目前市场环境的变化特点,在变化的环境下企业需要抓住发展机遇,从变化的特点入手制定相关的发展策略,这样能够推动企业进一步发展。分析和研究营销和渠道的变化可以对市场经济的整体发展情况进行预测,为企业提供更多发展依据,使得企业在复杂的市场经济环境下能够站稳脚跟,更好地发展下去,这对于我国经济的总体发展十分重要。

参考文献:

[1]牛思佳,沈雷.数字化转型下服装品牌营销渠道的策略分析[J].毛纺科技,2020,48(4):70-74.

[2]颜卉,刘予.数字化环境下奢侈品牌的"全渠道营销"解决方案——以蒂芙尼(Tiffany&Co.)为例[J].企业家信息,2019(8):60-63.

[3]庄天宇.大数据时代背景下中小企业数字化营销渠道研究[J].商讯.公司金融,2018(9):0147.