

# 大数据环境下的电子商务企业营销探究

范奎林 王乃林

利津县工业和信息化局

**[摘要]**随着信息科技的推广和普及,大数据对市场营销的作用贡献也越来越大,依靠数据评估和分析,能够了解客户需求偏好,有针对性地进行商品供应,简化营销过程和所需成本费用。因此大数据分析已经成为电子商务营销管理的一种重要手段,能够加快实现电子商务变革与创新。

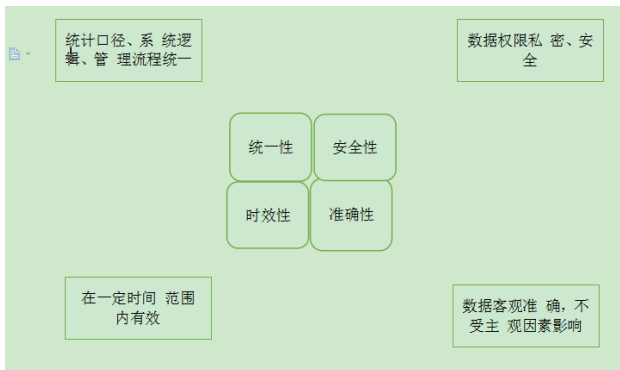
**[关键词]**大数据; 电子商务; 营销; 优化策略

**【DOI】** 10.12252/j.issn.2096-627X.2021.12.1936

电子商务在大数据的影响和带动下发展迅速,营销管理工作也获得巨大支撑和保障。在新时代背景下,电子商务发展面临更大机遇和挑战,需要通过创新变革推动经济增长和社会繁荣稳定,加强管理工作参与决策力度,确保管理质量和水平能够符合市场要求,推动电子商务平稳健康发展,为社会经济提升做出相应贡献。

## 一、电子商务概述

众所周知,电子商务主要依靠信息手段完成商品交易,从而达到各类商业目的。在互联网信息时代当中,商品信息交流与传递以及消费者与生产商之间的沟通联络都需要得到基本保障,不同企业之间也需要通过电子化形式完成信息交流与共享。随着信息技术的深入发展,电子商务服务形式和内容发生巨大转变,买卖双方借助线上平台和第三方支付手段轻松完成各种交易。近几年,我国电子商务营销手段获得大幅度上升,最为显著的当属淘宝、天猫和京东等购物平台,交易流程获得简化、覆盖率和普及程度也非常广泛。



## 二、大数据背景下电子商务营销管理发展机遇

### (一) 发展趋势

近年来,电子商务被人们挂上了革新的标签,这代表着互联网已经成为全球经济发展不可或缺的一个支撑点。并且在国家政策、法律法规等相关制度的保障下,电子商务不仅局限于城市,农村、社区等范围也逐渐引入了电子商务这一事物。现阶段,我国电子商务在发展中呈现了以下几个特点。首先,电子商务促使社会就业岗位数量的增加,拉动就业,提高收入的效果显著。特别是对于中小型企业的营销模式来说,电子商务的门槛低,对设备、技术的要求低,经营形式灵活。很多大学生创业都会选择电子商务这一方式,

广泛带动了当代大学生的自主创新创业活动。其次,电子商务已经逐步扩大到农村、社区等地,与农产品的联合畅通了营销渠道,为农产品发现了更多的市场,打响了地方品牌特色,加速了农业资产、农产品的流通速度,畅通了农业生产供应链和销售链,将分散性资源集中了起来,有利于农民增收和农业的现代化发展。

### (二) 营销理念

要优化电子商务营销渠道,第一步就要在营销理念上进行创新,遵循一定的原则,以进一步适应市场消费的需求。其一,从细微处入手,加快适应互联网环境的变化。我们要清晰地看到,互联网和市场已经成为一个不可分割的整体,是人类社会变化速度飞快的一个要素,很多事物都要跟上互联网的变化速度才能找到生存的道路。纵观世界500强企业的优秀营销人员,有95%以上的人认为适应互联网的快速变化,拥有与时俱进的能力是获得成功最重要的因素。企业要稳固自己品牌在市场中的地位,保持竞争力,就要以顾客需求为研发方向不断创新。市场的产品需求是随时变化的,顾客也不会一直喜好同一款产品,这就需要企业能够把握住市场的风向,在细微上洞察市场的未来发展趋势,才能在产品同质化愈发严重的市场中把握先机,拔得头筹。市场始终处于动态变化的环境,企业也不可能一味坚守产品的最初功能和服务。只有以开放心态、敏锐的眼光才能适应瞬息万变的市场,才能获得业务发展的机会,培养更多的潜在客户,增加销售量;其二,转换营销思维,站在消费者的角度丰富体验。企业既要发展潜在客户,又要保住旧客户,就要充分关注新老客户的需求,要坚持走个性化产品研发的道路,为客户带来丰富的体验,才能避免负面结果的产生。企业内部要注重核心团队的建设和主要竞争力的提升,提高职工对企业文化的认同感,以积极向上的工作态度为客户带来卓越的服务;外部则要建立“用户至上、深入人心”的营销理念,并且要宣传到位,唱响品牌,让客户知晓企业产品独特的优势。

## 三、大数据背景下电子商务营销改进措施

(一) 创建数据处理分析平台,提高营销管理的精确性以及可靠程度

随着大数据时代的到来,分析评估消费者数据信息能够帮助企业生产经营活动完成更加科学精确的决策。大数据在企业

生产经营过程中成为不可或缺的重要组成部分,对电子商务营销管理领域发挥不可替代的作用优势。基于此,创建相应的数据收集处理平台非常必要,是企业未来发展电子商务营销管理工作的趋势和潮流。第一,通过创建数据处理分析平台,为企业深入了解市场需求和偏好做保障。企业通过收集整理消费者数据信息,能够进行相应分析和判断,准确把握市场需求和消费者偏好,其中包括消费观念、经济水平等一系列相关信息,能够帮助企业在市场营销当中制定个性化方案并提供针对性服务,是电子商务营销管理活动的参考和依据;不仅如此,企业依靠数据信息分析评估,能够了解产品在市场中的饱和程度,为后期产品生产研发指明方向。因此,收集整理数据信息,有助于企业全面了解市场行情,降低在电子商务营销管理工作中的失误和风险,达到市场精准预测和分析定位目标。第二,创建数据处理分析平台,有助于产品升级和服务质量提升。企业通过了解市场变化情况,及时做出预测,调整产品生产方案和供应数量,从而创造更高经济效益。企业收集整理消费者数据,能够更好地适应时代发展要求,根据市场变化情况灵活变动,及时调整产品生产方案并提高消费者服务水平。第三,积累消费者信息,发掘更多潜在客户和市场消费者。消费者数据信息是企业生产运行过程中的重要财富和宝藏,依靠数据整理和分析,能够提高营销管理的精确性,同时发掘潜在客户和消费者,为企业持续经营奠定扎实基础,企业在后续营销管理活动中能够更好地进行产品优化和服务质量提升。

#### (二) 培养大量专业人才

对于实现管理数据化建设这一工作而言,只有加大专业人员的参与才能得以实现,专业人员的加入必定会对农业经济管理信息化建设带来一定影响。建立在这一基础上,有关部门必须要增强专业人员的技能以及综合素质,以此为电子商务时代管理数据化建设建立基础,并且还要加大对人才培养的重视程度,积极为大数据技术感兴趣的人员进行培养,提高他们的专业程度,为其提供好的训练及学习平台,切合实际地增强专业技术人员的技术能力和信息水平。

#### (三) 紧抓时代特点,加大投入力度

为跟上时代发展步伐,电子商务企业需要从海量信息中通过敏锐洞察力挖掘出极具价值的重要信息,只有这样才能为预算管理工作优化指明方向,进而保证各阶段经营决策具有一定的可行性与准确性,减少影响企业稳步发展的内外部影响因素。由此可见,数据挖掘能力的强化尤为重要,电子商务企业应紧抓时代特色,结合新时期下预算管理工作的真实需求,强化各阶段管理能力,保证战略目标的全面性落实,对企业未来发展趋势作出准确与合理预测。具体而言,一是结合自身发展中遇到的各类问题,安排开展相应工作,选用与自身管理需求相契合的数据技术,从而基于自身管理优势发挥出数据技术的应有作用。在此基础上,企业能够在具有冗余性的数据中获得

所需信息,为预算管理工作的优化方向,减少资源的过度浪费。二是企业对数据分类系统进行及时更新,投入相应资金对所需电子设备做到及时更换,重视技术人才的多元培养,让先进技术能够在优秀人才的使用下发挥出最大功效。管理人员可以在先进技术的帮助下对重点内容进行收集,筛选出与预算管理工作相关的各类数据。例如,在预算管理中,一旦产生相关数据,系统可以第一时间对其进行收集并根据实际内容完成科学分类,提高数据处理的整体速度,也让数据保存极具安全性,为日后预算管理工作的有序与高效开展奠定基础,最终有效提升预算管理能力。

#### (四) 建评价体系,强化预算执行

传统预算管理在大数据时代暴露出诸多问题,不能满足电子商务企业的持续发展需求,所以应建立起预算评价体系,从而在根本上有效提升各阶段预算执行效果,为动态管理的细致化落实提供推动力。具体而言,电子商务企业应对评价体系进行科学构建,收集每项活动产生的数据,通过对比与分析等方式对预算工作执行质量作出合理评价。例如,收集与分析预算执行期间的工作数据,特别是对突发事件处理情况进行汇总,对危机应对能力增强提供帮助,有效规避发展中遇到的各类风险。除此之外,企业可以运用平衡计分卡法完成财务、运营等多个方面的评价,对比执行结果并找到与预算目标存在的差距。

结束语:大数据时代下的市场竞争较为激烈,电子商务企业若想得到持续性发展,必须对预算管理工作进行加强,只有这样才能紧抓时代特色,寻找健康与稳步发展的多条途径,从而增强自身核心竞争力,将企业预算管理水平提升到一个新高度。为此,电子商务企业应树立前瞻性思维对自身预算管理工作进行针对性优化,借助先进技术最大限度地增强数据挖掘能力,同时,基于发展目标落实各阶段动态化的预算管理,为电子商务企业的稳步发展提供助力。

#### 参考文献:

- [1] 许雅莹. 基于大数据的电子商务企业供应链成本控制[J]. 会计之友, 2019(08): 130-134.
- [2] 郭皓月, 樊重俊, 李君昌, 王来, 吴海春, 杨云鹏. 考虑内外因素的电子商务产业与大数据产业协同演化研究[J]. 运筹与管理, 2019, 28(03): 191-199.
- [3] 李佳慧, 赵刚. 基于大数据的电子商务用户画像构建研究[J]. 电子商务, 2019(01): 46-49.
- [4] 岳云嵩, 李兵. 电子商务平台应用与中国制造业企业出口绩效——基于“阿里巴巴”大数据的经验研究[J]. 中国工业经济, 2018(08): 97-115.
- [5] 沈颂东, 亢秀秋. 大数据时代快递与电子商务产业链协同度研究[J]. 数量经济技术经济研究, 2018, 35(07): 41-58.