

# 大数据背景下电商精准营销策略研究

## ——以京东商城为例

朱圆奕

(上海对外经贸大学 上海 201600)

**【摘要】**大数据时代已然来到,数据正在重塑商业世界。营销领域是大数据应用效果最佳的领域,技术的变革也使得精准营销变得更容易。京东商城在利用大数据进行精准营销方面做出了很多的尝试,得出了一些有效的策略。因此本文将以京东商城为案例,分析其利用大数据进行精准营销的模式,并分析其存在的问题和潜在风险,为其他公司提供借鉴。

**【关键词】**大数据;精准营销;京东商城

**【DOI】**10.12252/j.issn.2096-6288.2020.06.1668

中国已经建立了较为成熟的电商体系,网购用户规模也将逐渐达到网民规模的天花板。但是与此同时,电商平台之间的竞争日益激烈,面临着获客成本不断升高的窘境。因此,企业营销正从“流量营销”逐步走向“精细运营”,其中就包括运用大数据的精准营销策略。本文以国内具有代表性的综合性电子商务网站京东商城为例,以求为其他电商企业乃至其他行业提供借鉴。

### 一、京东大数据精准营销的应用

京东大数据三类典型的利用大数据营销的应用:个性化推荐、C2M反向定制、京东专享。

#### (一) 个性化推荐

个性化推荐是大数据精准营销的最典型应用之一,通过利用计算机算法,根据每一个用户的特点,从京东商城中数以百万计中挑选出合适的商品推荐给用户。个性化推荐的应用场景有很多,如在App首页、商品单品页、频道页、活动页等,都可以向用户推荐商品,而且每一个用户看到的页面又是不尽相同的,因此个性化推荐又可以被称为“千人千面”。

个性化推荐对电商、用户都有诸多好处。对电商平台而言,其能够提高用户忠诚度、提高平台的交叉销售能力、增加销售额和营业利润,目前该系统已经为京东商城贡献了10%的订单;对用户而言,符合个人特征的商品推荐,优化了用户体验、提高了用户的购买效率,节省了用户时间成本和搜索成本。

#### (二) C2M反向定制

C2M反向定制是消费者驱动型制造模式,从消费者为起点,通过对消费者需求的准确洞察,制造切实满足消费者需求的产品,并精确地向目标客户投放。在大数据时代,在大数据的赋能下C2M反向定制得到了充分利用。电商平台连接着上游制造业和末端消费者,电商平台能够精准地把握消费者的需求变化,与上游制造商协作作为市场提供相应产品,解决了制造商和消费者之间信息不对称的问题。

2019年,京东向外发布了C2M反向定制的工作五部法,包括需求报告、仿真测试、厂商研产、京东首发、精准营销五部分。首先,基于京东的大数据和行业的洞察,发现用户的需求,制定需求报告;随后,对目标用户进行调查,进一步完善方案;之后,联系厂商进行产品设计、研发、生产;随后,在京东平台上发布产品;最后,利用京东大数据寻找可能感兴趣的客户,进行精准营销。

#### (三) 京东专享

京东专享,是京东基于大数据分析,主动为特定用户提供优惠券、红包来激励用户购物的营销策略。

在京东上,有不少的用户会将高价值的商品放到购物车中,如手机、电脑,可能一放就是几个月,但却会频繁地关注商品的价格变化,京东将这部分称为“强需求用户”。他们往往在等待一个价格优惠来推动他们下单,如一张30元的优惠券。因此,京东设置“京东专享”,利用大数据算法精准地找寻到这些高需求用户,将

京东和厂商能够到的最大优惠集中在一起,以短信或者App内信息的形式给到这些强需求用户,来刺激用户进行购物。目前,京东专享的效果很明显,尤其在大家电和高端手机上效果更加明显。

### 二、京东大数据精准营销的问题

#### (一) 数据的处理能力问题

大数据纷繁多样、优劣混杂,数据的处理是京东在利用大数据进行精准营销时的最大难点。而有关于数据处理的最重要两个步骤,其一是数据清洗,其目的是保证所要处理数据的质量。随着大数据时代的话题愈演愈烈,关于大数据的一些新问题层出不穷,比如其中夹杂着虚假不良信息,真实有用的信息不多,虚假不良信息会破坏核心信息。其二是数据挖掘,其目的是挖掘出数据的潜在价值。目前,国内大多数电商企业均有难以处理海量信息与数据的问题,许多电商企业因超负荷处理数据而浪费大量时间成本甚至错失销售机会。拥有海量数据并不是能够成功利用大数据进行精准营销的关键,大数据的分析和挖掘能力才是电商企业的核心竞争力。

#### (二) 京东大数据精准营销的精准性问题

目前京东的会员体系划分不清晰,京东并没有对目前平台里的会员进行过细的等级划分,而且会员的升级比较麻烦,所以很难针对特定层次的用户进行个性化的商品促销,目前的这些促销活动并不能很好的找到目标用户,并不能很好的反应客户现在的消费需求,这一定程度上造成了客户的流失。同时,京东商城消费者画像还不够准确,推送消费者的物品仍需提高准确率,这样才能来更好地挖掘潜在消费者,通过针对性的精准营销,使其成为真实的下单用户。而对于已有的京东会员,需要更有效的推荐商品,增加了用户的购买欲望,提高用户的购买粘度和忠诚度,转化为忠诚的客户,提高重复购买率。综上所述,京东大数据精准营销的精准性亟待提高。

#### (三) 数据安全问题

在大数据时代的背景下,消费者的隐私安全变得难以保障。在大数据时代的背景之下,消费者、企业和政府均面临着巨大的挑战。因此,完善保护消费者隐私相关方面的法律法规迫在眉睫。只有在法律法规强制执行下才能保证企业按照相应的法律法规去实施,才能保证消费者的个人隐私不会泄露,实现精准化营销的最初的目的。

#### 参考文献

- [1] 阮利男. 大数据时代精准营销在京东的应用研究[D]. 电子科技大学, 2016.
- [2] 大数据时代下电子商务发展的机遇和挑战[J]. 张栋. 对外经贸. 2014(11). 本项目成果受“2020年度上海大学生创新创业训练计划示范校”建设经费资助。

#### 作者简介:

朱圆奕,上海对外经贸大学本科在读。

## 阅读写作

# 浅析初中语文阅读教学的有效策略

刘方

(四川省泸州市叙永县后山镇海坝学校 四川 泸州 646415)

**【摘要】**随着教育事业的快速发展,初中语文备受大家的关注。阅读是初中语文教学的重难点,更是语文课程教学的关键。阅读教学在初中语文教学中占比非常高。阅读教学的效果直接影响着学生学习语文的效果。因此,教师在语文教学中要重视阅读教学,促使学生实现有效阅读。

**【关键词】**初中语文;阅读教学;策略

**【DOI】**10.12252/j.issn.2096-6288.2020.06.1669

在语文学科教学工作中,阅读教学是其中最为关键的知识内容。但是在这一环节的教学工作中,教师想要实现教学的有效性并不是一件简单的事情。这个时候,就需要教师反复的思考与琢磨,并结合当下比较新鲜的教学方式来展开教学活动设计,尝试激发课堂教学的活力,实现课堂教学的有效性。因此,本文将结合部编版初中语文教材中的相关教学内容,对如何提升初中语文阅读教学的有效性展开分析和探究。

### 一、语文阅读的重要性

语文贯穿学生的一生,语文综合素养的提升对于一个人所能到达的人生高度

有着至关重要的影响,而阅读是语文学习中的主要侧重部分,阅读质量的提升和自主阅读能力的培养十分重要,对于初中生这个青涩懵懂阶段,阅读不仅能提升自我,还能陶冶情操,既能释放缓解学习压力,又能充实枯燥的学习生活,俗话说书中自有黄金屋,书中自有颜如玉,青春期阶段极易叛逆的学生在阅读中成长更符合现代教学理念,更能满足当代社会发展的需求,更适合学生自身的终身发展。

### 二、提高初中语文阅读教学的有效策略

#### (一) 创新教学方法,改变传统教学模式

在以往的教学模式中,教学方法过于单一,教师在教学中往往以课本为重点,