

大数据时代的电子商务服务模式革新探索

运河

河套学院 内蒙古 巴彦淖尔 015000

[摘要]进入21世纪之后,互联网以及信息技术等得到了高速发展的空间以及机遇,我国各个行业及领域的发展也迎来全新的大数据时代。新兴的电子商务领域应当在大数据时代不断创新自身的服务模式,从而使消费者产生的多样化购物需求得到满足。由于受到大数据影响,电子商务与大数据等信息技术之间的融合更加密切,电子商务需要运用大数据,明确市场发展态势,进而不断在服务模式方面进行探索并革新。基于此,本文对电子商务在大数据时代之中的服务模式革新进行探究。

[关键词]大数据时代;电子商务;服务模式;革新策略

【DOI】10.12252/j.issn.2096-6261.2021.09.835

大数据时代到来之后,我国人民群众希望获得更高水平的电子商务服务,因此电子商务必须及时对自身的服务模式加以革新,在关心大众消费体验的同时,对大众的消费方式进行引导,进而获得更多的创新成果,让电子商务相关的服务模式取得进步。电子商务领域的商户,应当明确电子商务发展在大数据时代下产生的新特征,然后从多个角度出发,积极探索相关服务模式的革新策略。

一、大数据时代电子商务产生的新特征

(一) 数据与信息一体化

在新的发展阶段之中,将数据信息一体化作为基础以及核心的商业模式,已经得到我国各类企业的重视。该商业模式的根本运营目标,就是将线上服务与线下服务深度融合,使线上、线下形成协同关系。企业可以运用互联网相关技术,打破以往在空间、时间层面存在的限制,其目的在于强化效果,对广大用户的需求进行分析,进而获得质量更高的用户信息。而在处理信息的过程中,可以通过大数据进行集成并整合,再次加工海量信息,从而使新的服务模式得到完善。大数据时代的电子商务发展,应当将数据作为导向,深化“数据为本”这一基础性理念,不断采集和分析数据,使数据的价值得以凸显。

(二) 对全部资源进行整合

就某种层面而言,电子商务是对社会资源的高效整合。大数据时代到来之后,无论何种行业还是领域,都必须运用更加先进的技术,借助信息的力量,高质量完成整合以及评估活动,从而更高效地运用资源。以往对资源的管理工作存在诸多弊病,但是在将管理模式与互联网进行深度融合之后,全新的服务模式就此诞生,能够使服务模式与用户的需求相匹配。电子商务可以运用大数据的导向作用,结合企业的实际发展状况,为企业规划生产、运营、销售等战略目标,进而使商业模式变得更加完善,电子商务企业的竞争力也会更加强大。

(三) 数据转变为资产

将大数据时代的主要特征作为基础,不难得知,电子商务企业必须具备一定的数据规模,而且企业所面对的良性竞争具备更强大的活性。电子商务相关的企业必须使数据的作用发挥出来,体现出数据的巨大价值。企业在分析大数据的

时候,必须保证数据具备全面、客观的特征。企业可以运用信息图标完成分析工作,直观地展示全部数据,明确数据的实际规模,保证可视化服务的整体水平,最终掌握消费者的消费动机以及消费特征。不仅如此,企业还需要推测消费者的消费习惯以及兴趣所在,从而构建出更完善的服务推送体系,同时将大数据作为基础,使新兴的产业服务链条生成。

二、大数据时代对电子商务相关服务模式产生的影响

(一) 企业产生互联网思维并且不断发展

由于受到大数据时代的影响,电子商务领域的发展前景更加广阔,其发展步伐也逐渐加快。首先,电子商务相关企业可以通过大数据,充分挖掘消费者当前的购物需求,以及消费者的偏好等信息,从而为消费者提供更详细、针对性更强的服务。其次,电子商务相关企业可以将大数据技术作为基础,建设现代化的电子商务管理以及服务模式。大数据时代加快了信息技术更新换代的步伐,在信息技术得到革新之后,企业能够收集并且处理广大用户的信息,同时建设能够与用户无障碍沟通的线上平台,电子商务相关企业的互联网思维会得到不断发展。

(二) 成本降低获得更高的经济利润

电子商务能够打破商家与消费者在空间、时间层面的交流障碍,运用较低的成本,使消费者获得质量更高、更贴心的服务。大量电子商务企业将大数据时代生成的服务模式作为基础,不断拓展客户源,将产品销售给更多消费者,从而获得更高的经济利润。电子商务企业可以运用互联网信息平台,与消费者开展精准的、一对一的沟通活动,从而更好地理解消费者的心理,提升实际销售质量。除此之外,电子商务企业可以通过大数据技术,找到更符合自身的消费者,提升产品销售速度,使中间环节得到简化,同时经营成本也会降低,企业因此能够获得更高的经济利益。

(三) 电子商务的服务模式不断创新且更为个性化

进入大数据时代之后,电子商务相关服务模式不仅得到了更多创新机遇,还能够实现个性化发展。处于大数据时代之中的电子商务企业,必须打造出更加全面的、周到的服务,无论是经营还是销售过程,都必须使消费者产生“宾至如归”的感觉。所以,电子商务企业会不断优化创新自身的服务模式,更多地获得消费者的好评,从而占据更多的市场

份额。由此可见，大数据技术可以使电子商务企业拥有大量的数据资料，企业可以根据数据资料，对自身的要素进行丰富，从而打造出更具个性化的服务模式。

三、电子商务在大数据时代革新自身服务模式的策略

(一) 对消费者进行精准画像

电子商务要想在大数据时代之中，真正创新自身的服务模式，就必须对多种因素进行综合考量，同时将消费者的需求作为导向，提前了解消费者的想法，然后对消费者进行精准画像，将更有价值的服务推送给广大消费者。在实际的革新过程中，电子商务相关企业不仅要海量数据进行挖掘，还要准确、高效率地运用数据，保证数据的价值能够充分发挥，在服务模式方面与大数据时代对接。要想获得更高的精准服务能力，电子商务企业应当建设以大数据为基础的综合平台，增设用户画像模块，精准定位全部服务内容。

在对消费者进行画像的过程中，电子商务相关企业必须掌握方法，遵循相应的原则，综合分析消费者的购物偏好、购物习惯、消费动机等方面，还要构建满意度调查体系，真正了解消费者对电子商务服务模式的满意程度。电子商务企业还可以运用大数据相关的信息系统，高度集成消费者的信息，分门别类地进行详细分析。在为消费者制定服务方案的时候，应当将消费者自身的特征作为基础，将兴趣、个性化等作为关键导向，对电子商务的服务模式进行积极构建与探索。

(二) 重视数据在导购方面的巨大作用

大数据技术已经随着新时代的到来，完全渗透至传统的电子商务领域内部，使电子商务的发展充满生机与活力。在电子商务与大数据深度融合之后，能够打造出全新的商业运营模式，进而使消费者对电子商务的服务模式产生更高的满意度。在合理运用大数据技术之后，电子商务企业可以更快地处理大量信息，提升加工各类信息的效率，并且能够共享所有信息资源，运用正确的途径开展分析和整理工作。在迅速收集和集成分析更多数据信息之后，企业可以做出更科学的战略决策。

在大数据时代创新现有的服务模式，电子商务企业应当站在多个角度加以考虑，同时重视数据导购这一全新的功能。企业可以借助先进的信息系统，自动完成记录用户的工作，全方位浏览用户生成的数据，促进人机交互。要想获得更好的分析结果，企业应当重视大数据技术的作用，找到导购过程中存在的“短板”，然后有针对性地进行完善。在上述基础上，企业可以将消费者的搜索内容、以及搜索时间等作为基础，对服务推送的内容、时间等加以优化，提供更为智能化的服务。不仅如此，企业在对消费者进行分析之后，可以明确消费者的行为、消费者的消费金额等，使服务模式朝着多维度方向发展。

(三) 促进线上与线下一体化

电子商务相关企业必须保证线上服务与线下服务一致，设计出一体化的服务新模式。在对服务模式进行革新的过程中，电子商务企业不仅要体现出价值观，还要体现出大数据时代的精神，赢得消费者的信任，进而使消费者在消费过程中获得更加新奇的体验，消费感受也变得更加良好。以大数据技术为基础，革新现有的服务模式，企业必须保证自身的发展核心不会动摇，然后再尝试将自身的服务延伸至其他的新领域。为了使服务效果真正提升，企业必须对线上平台的功能不断进行强化。

不仅如此，电子商务企业需要通过多个角度，全方位地对线下服务的体验结果进行调研，明确建设线下服务模式的重要意义，并形成正确的革新认知。企业应当明确自身当前的需求，对线下服务进行有机调整，不仅要在线上提供更高效的服务，还要对以往的门店经营方式进行革新，将现代化元素与传统门店相融合，打造智能化的现代体验店铺。企业还可以将自身的产品特色作为基础，在战略规范化方面提升其质量，加大服务消费者力度。例如，企业可以通过对大数据的运用，在向消费者提供产品服务的同时，提供相关服务项目，在文娱活动中添加产品销售，先进行线上引流，然后再转移至线下服务。

四、结论

综上所述，大数据时代为我国的电子商务领域带来了机遇以及挑战，电子商务企业必然要面对更加激烈的市场竞争，以及更为复杂的市场环境。要想在当下的市场环境内部站稳脚跟，谋求发展，获得更高的经济效益，电子商务企业必须将大数据技术作为基础，对自身的服务模式进行革新，采取精准画像消费者、利用数据开展导购活动、线上线下一体化等策略，使自身发展与大数据时代接轨。

参考文献

- [1] 吴磊, 崔娟. 大数据时代下电子商务服务模式创新探析[J]. 现代商业, 2020(05): 46-47.
- [2] 段雅洁. 大数据时代电子商务的服务模式创新研究[J]. 科技经济市场, 2021(10): 154-155.
- [3] 叶群辉. 大数据时代电子商务的服务模式创新[J]. 中小企业管理与科技(上旬刊), 2021(08): 68-69.
- [4] 蒋奕珂. 大数据时代电子商务服务模式的创新探索[J]. 投资与创业, 2021, 32(06): 50-52.
- [5] 岳福林, 孙炼. 大数据时代下电子商务服务模式的对策研究[J]. 智库时代, 2020(02): 47-48.
- [6] 郎艳. 大数据时代下电子商务服务模式的路径分析[J]. 全国流通经济, 2020(19): 8-9.

作者简介:

运河(1989-), 男, 内蒙古阿拉善人, 内蒙古西部县域经济研究中心会员(NMGXB)