

DOI:10.12361/2661-3263-05-09-116074

大数据分析在电商营销发展中的运用

李依晋

对外经济贸易大学统计学院, 中国·北京 100105

【摘要】现代科学技术不断高质量发展, 给人们的生活和工作都带来了极大的便利。在该背景下, 大数据分析技术应运而生。近几年, 大数据分析技术不断被运用到各类电商活动当中, 大数据分析不仅能够观测消费者的消费行为以及多样化的消费心理等, 而且能够将该数据进行收集与整理, 并进行科学地分析, 以此促进电商营销的发展。

【关键词】大数据分析; 电商营销; 问题; 对策

Application of Big Data Analysis in the Development of E-commerce Marketing

Li Yijin

School of Statistics, University of International Business and Economics, Beijing 100105

[Abstract] The continuous high-quality development of modern science and technology has brought great convenience to people's life and work. Under this background, big data analysis technology emerges at the historic moment. In recent years, big data analysis technology has been continuously applied to all kinds of e-commerce activities. Big data analysis can not only observe consumer behavior and diversified consumer psychology, but also collect and organize the data and conduct scientific analysis, so as to promote the development of e-commerce marketing.

[KeyWords] Big data analysis; E-commerce marketing; A problem; Countermeasure

前言

大数据分析技术不断发展成为商业发展的必要技术, 其作为一种基础设施服务于商业, 可以对市场发展的信息等进行收集和利用, 不断为电商营销创造价值。在大数据分析技术被广泛应用的时代背景之下, 电商可以通过各项数据对市场环境和发展情况进行预测, 从而不断实现精准营销, 最大程度地避免竞争陷阱, 提升电商营销的整体工作效果。然而, 电商要想在市场竞争力如此激烈的情况下获得进一步发展, 应当了解大数据分析的优势, 并对其进行合理运用。

1 大数据分析对电商营销的促进作用

1.1 有助于确定商品的受众类型

传统电商的营销模式过于单一和落后, 往往是由商家与大量消费者之间开展扩散式的销售活动。这不利于商家对消费者以及产品本身进行科学的判断, 来调控商品的质量、价格等。很多电商销售被贴上粗放型销售的标签, 认为商家只追求销售额。然而, 随着大数据时代到来, 大数据分析技术不断助力电商企业优化销售模式, 对各类消费者的信息能够进行收集和整理, 不断对比消费者在购买商品全过程的行为, 从中发现细节和消费者的需求以及消费者对商品的认可度, 为电商提供可靠数据信息。这有利于促使电商所销售的商品能够更加符合消费者的需求, 同时也有利于扩大受众范围。

1.2 有助于商品的精准投放, 提升电商平台的服务水平

在电商开展营销活动时, 注重商品的售后服务, 有利于提升后消费者对后续商品的满意程度, 使得消费者对电商企业保持一定的信任度, 最大化地降低其对电商营销活动的防备情绪, 也使得商品的退换货率大大降低。大数据分析技术和电商营销活动相融合, 能够从根本上解决售后服务的问题。大数据通过对消费者购买商品的心理以及其消费习惯进行科学有效的分析, 不断了解消费者对产品的多样化需求, 有助于电商企业能

够生产出满足消费者需求的商品, 提升消费者对该商品的认可度与满意度。同时, 给予消费者购买便利, 使其能缩短购买时间和成本。因此, 将大数据分析技术和电商营销相结合, 有助于商品的精准投放, 提升电商平台的服务水平^[1]。

1.3 有助于电商了解消费者对产品效果的评价, 助力电商稳定发展

在很长一段时间里, 人们都带着有色眼镜看待电商产品, 认为电商产品在夸大产品的效果和价值, 觉得电商营销往往只看重商品的利益, 不注重商品后期的质量跟踪。而将大数据分析技术运用在电商营销当中, 能够为电商企业提供好的产品追踪平台, 给予消费者安全购买的保障, 有利于电商企业了解并掌握消费者在平台对商品的一切购买活动, 并追踪消费者对产品的效果评价, 这能够有效助力电商的稳定发展。

2 大数据分析在电商营销发展中存在的运用问题

2.1 传统电商的影响

传统的电商营销比较落后, 不注重产品的后续服务。对于产品的推广用力过大, 对产品的销售排名相当重视, 因此存在美化产品销量的行为, 这不利于电商营销的发展。面对华丽的营销数据, 也不利于电商企业制定科学的营销策略。营销形式过于盲目化, 不利于消费者对商品保持良好的信任感。同时, 由于电商企业没有对产品的真实数据进行收集和分析, 使得营销效果不佳。很多电商在产品的搜索词方面下功夫, 并没有考虑到消费者的真实需求, 使得商品的营销丧失精准性。由于在传统的电商营销当中, 消费者往往不能够掌握较大的主动权, 导致卖方无法对消费者的需求进行了解和掌握, 使得电商环境无法被优化。另外, 伴随着互联网技术的发展, 人们的产品需求也呈现多样化趋势, 越来越多的直播以及新型电商不断出现, 需要电商企业掌握消费者的相关数据, 生产符合消费者需求的产品, 提升自身在市场当中的竞争力^[2]。

2.2 数据分析能力不强

很多大的电商企业都拥有先进的大数据分析技术,也拥有高水平的数据处理技术人员,这使得大企业能够在市场上站稳脚跟。大企业运用大数据技术不断分析市场情况以及消费者需求,通过有效的信息为自身制定发展战略目标提供科学的依据。然而,在电商企业当中,存在着大量的中小企业。由于中小型企业拥有的相关信息不够充分,缺乏具有很强的数据分析的人员,相关数据分析软件、硬件也不够先进,导致其无法通过更多样化的渠道和角度去收集消费者的信息,继而无法利用大数据分析技术得出有效的结论。由于电商大数据平台在建立方面还存在一定的缺陷。导致很多电商企业的获得消息途径不够统一、不够标准,甚至还存在着通过不合法渠道获得消息的现象。再加上相关机制没有对不合法行为进行有效管理,导致整个电商行业都存在着严重的诟病。

2.3 消费者信息安全问题

伴随着互联网技术的持续更迭,一些网络安全问题不断给电商企业造成困扰。人们在互联网时代享受电商带来的福利的同时,也伴随着安全问题,比如消费者的购买数据被泄露。很多消费者在电商平台输入的个人身份信息以及形成的网购习惯等都会被数据精准分析,大数据可以通过这些有效的信息定义消费者是什么样的人以及拥有着怎样的经济水平,甚至还会知道消费者的家庭住址,联系方式等等。比如在一张快递单上,消费者所有的信息都可以被看到。这会让有些有心之人加以利用,使得电商存在安全问题。这是因为很多消费者在电商平台或者相关APP进行注册时,对隐私条款没有仔细阅读导致其很多信息被泄露。有些电商平台设置的是消费者不同意隐私条款,就无法使用该平台。另外,还有一些电商平台为了获得更高的利润,会利用大数据分析技术对消费者所购买的商品进行针对性价格处理。一件商品,有些消费者可以以低价买入,而有些消费者就得以高价买入。这样的现象使得消费者丧失对电商企业的信任度,不利于电商企业树立良好的形象。

3 大数据分析在电商营销发展中的运用对策

3.1 转变营销模式

互联网技术不断进步,给予电商营销新的发展机遇的同时,也带来了一定的挑战。传统的电商营销模式不能与时俱进地转变营销方式来迎合大众的需求。同时传统的电商营销模式也不具备大数据分析功能,不能够更好的将电商营销数据进行分析 and 整合,为电商企业提供重大决策及转变发展战略目标的依据。因此电商企业想要摆脱传统营销模式的束缚,应当与时俱进地让大数据分析技术融入到电商营销活动当中,充分的利用大数据对商品营销状况的分析优势,明确消费者对产品购买需求和对产品体验效果的好坏,不断优化自身产品,为电商企业在现代化社会当中提升竞争力奠定良好的基础。需要电商企业在互联网时代不断创新营销模式,利用数据的精准性,实现精准服务和精准营销。提升电商企业给予消费者的服务水平,优化消费者的体验^[3]。

大数据分析 with 电商营销发展有机统一起来,能够促进电商企业进行变革和营销产品活动的优化。转变营销理念,以消费者为核心,运用大数据技术了解消费者的购买需求,为消费者带来更、丰富更优质的消费体验。同时通过大数据分析技术更好的预未来电商行业的发展方向,有利于电商企业提前为自身做好发展规划以及产品的营销方案等。有利于促进电商营销活动的更新与优化,不断推动电商行业与时俱进地升级和发展。

3.2 建立数据信息共享平台,提升技术人员水平

由于大型电商企业的发展更为迅速,其掌握的先进的大数据分析技术不断为其发展带来有效的数据支撑。然而一些中小企业的大数据分析能力比较薄弱,无法利用大数据分析的优势给予自

身发展机会。因此需要建立广阔的大数据平台,并制定与之相匹配的监督和管理机制,使得更多的数据被整理,实现共享。对于不同数据应当使用不同的算法模型进行处理,以便实现获取数据的灵活性和准确性,使得各个电商企业都能够根据数据来制定符合自身实际发展状况的营销策略。同时可以有效发挥数据的作用,为电商企业的未来发展方向进行预测。有效的帮助电商企业减少不必要的风险。因此,各类电商企业都应当参与到大数据共享平台的建设当中,不断为大数据平台提供共享信息,利己利人,从而促使整个电商产业得到快速发展。

另外,电商营销在使用大数据分析时,应当提升技术应用水平。强化对技术人员的培训力度,使得通过大数据分析获得的数据更加可靠和准确,有利于数据为电商企业带来更高的价值。同时也将电商的各个环节都与大数据分析相融合,实现全方位、多角度地对电商营销信息进行挖掘,有利于为电商营销寻找新的发展机会^[4]。

3.3 营造安全的网络信息环境和平台

营造安全的网络信息环境,提升电商营销发展和生存的能力。首先,需要保护消费者的隐私信息,构建大数据分析平台是时需要确保其安全有效。将平台管理和大数据分析技术相结合,在进行数据收集时,要有统一的步骤和标准,以此来提升大数据平台被应用的水平。发挥其在电商营销发展当中的作用,不断给电商营销的网络环境提供安全性。其次,在信息化时代,大数据技术被更多人以及行业所接受。然而伴随着大数据发挥作用的同时,也不断对消费者带来经济威胁。这需要电商行业遵守一定的法律法规。在法律规定范围内使用大数据分析技术,因此,电商企业应当与时俱进地学习电子商务法,保障消费者的消费权益,使得消费者能够对电商企业保持信任感。最后,消费者也应当强化自身的隐私保护意识,多学习防诈骗知识。在不了解的情况下不进入任何可疑的网站,在网页当中也不随意输入自己密码,对转账行为加以重视。比如在一些平台上进行注册的时候,应当仔细阅读隐私条款,对其中所涉及到的不合理的内容,应当采取举报等应对措施来维护自身权益^[5]。

4 结语

综上所述,近几年来,大数据的发展越来越迅速。伴随着信息技术的进步,大数据分析不断被运用到各个电商的营销当中,促使更多的电商企业将大数据分析和自身的产业发展相结合,为自身的战略目标规划提供便利。在电商营销发展当中,运用大数据分析技术不仅能够打破传统营销的束缚,也能对电商客户进行更精准的定位。从而不断为消费者提供更加高效、高质量的服务,这也能最大化地促进了电商企业的进步。

参考文献:

- [1]李瑾.大数据分析在电商营销发展中的应用研究[J].商场现代化,2022(20):25-27.
- [2]李国章.大数据分析对电商营销的促进作用及其优化[J].农村经济与科技,2020,31(4):68-69.
- [3]陈嘉慧.大数据分析对电商企业国际营销活动的影响研究——以阿里巴巴集团为例[J].商场现代化,2021(16):65-67.
- [4]周浩.大数据背景下电商精准营销的策略研究[J].科技风,2021(4):84-85.
- [5]张瑞.基于大数据的商业智能在电商数据分析中的应用[J].数字技术与应用,2021,39(6):37-39.

作者简介:

李依晋(1992-),汉,女,甘肃金昌人,大学本科,研究方向:大数据分析 with 运用。对外经济贸易大学统计学院在职人员高级课程研修班学员。