

DOI: 10.12361/2661-3263-06-03-131276

大数据时代企业销售管理信息化转型问题研究

刘 超

浙江新安化工集团股份有限公司, 中国·浙江 杭州 310000

【摘要】在大数据时代,企业销售管理向信息化转型是不可逆转的趋势。信息技术的高速发展和智能终端的全面应用推动着大数据时代的到来,使企业可以更加便捷地获取经营管理活动所需的信息,更加高效地售出产品。本文对企业销售管理的常见问题进行探讨,随后站在大数据视角对企业销售管理信息化战略的策略进行分析。

【关键词】大数据;企业;销售管理;信息化转型

Research on Enterprise Sales Management Informatization Transformation in the Big data Era

Chao Liu

Zhejiang Xin'an Chemical Group Co.,Ltd, Hangzhou 310000, Zhejiang, China

[Abstract] In the era of big data, the transformation of enterprise sales management to information technology is an irreversible trend. The rapid development of information technology and the comprehensive application of intelligent terminals promote the arrival of the era of big data, so that enterprises can more conveniently obtain the information needed for operation and management activities, and sell products more efficiently. This paper discusses the common problems of enterprise sales management, and then analyzes the strategy of enterprise sales management informatization strategy from the perspective of big data.

[Keywords] Big data; Enterprise; Sales management; Informatization transformation

引言

大数据泛指海量数据,这些数据有着不同的来源以及表现形式,主要涉及网站、数据库、应用程序、商业交易系统、物联网环境中利用传感器生产的实时数据等,利用可横向扩展的软件对海量数据进行处理。大数据时代到来为企业生产经营创造了良好契机,在大数据技术支持下企业在经营管理中能够更好地获取所需信息,提高产品销售的整体效率。

1 大数据时代企业销售管理信息化的必要性

当前,大数据已经成为企业提高自身竞争力的有力武器,对市场发展起到了较强推动力。站在企业的角度考虑,大数据时代到来不仅面临着挑战,而且还存在着许多可推动自身发展的机遇。大数据时代的到来,也使得各大企业面临的信息变得更加复杂,信息内容更加细化、呈现范围更广,具有跨时空、跨地域、跨专业和跨行业等特征。在这一特殊的环境下,得益于大数据技术的帮助,企

业可以更加全面地对市场环境的变化进行了解,更加细化地做好市场定位并深入掌握客户需求,以便企业及时对发展策略进行调整。大数据时代是一个信息爆炸的时代,怎样对信息进行高效提取成为广大企业密切关注的焦点,对海量数据信息的收集与处理也使得企业要打破发展瓶颈将面临更高难度。对此,企业有必要结合大数据时代的特征以及当前市场环境的变化,及时对自身销售管理模式进行转型和优化,借助大数据技术这一工具,保证销售管理模式的先进性与有效性,以便自身在激烈的市场竞争中占据较大优势。在大数据的支持下信息能够在短时间内快速流通,这加剧了信息风险,对市场信息提出了高时效性的要求。企业必须要解决信息滞后的问题,应用高效收集处理信息的方法,否则将进一步影响企业管理决策的有效性,甚至会让企业陷入发展困境。因此,企业在销售管理中有必要把握好大数据时代的特征,注重信息收集及处理的及时性,做好存储与安全管理等工作,有效降低各种安全风

险对数据信息使用价值可能造成的影响。

2 企业销售管理存在的主要问题

2.1 信息管理能力不足

企业根据目标制定相关的销售计划, 对这过程中销售人员的活动采取一定的管理措施, 确保能够达到既定的经营管理目标。由于大数据提高了信息的传播量和传播速度, 所以市场上每时每刻都会出现大量的信息。部分企业的信息管理能力比较落后, 已经无法跟上信息技术的更迭速度, 难以适应大数据时代的市场环境。销售管理人员只能根据以往的工作经验制定计划, 不能主动学习新知识, 所以所开展的销售活动往往流于形式, 无法得到理想的效果。

2.2 信息收集渠道狭窄, 信息不对称

企业在收集市场信息时渠道较为狭窄, 这是因为一些企业的信息收集方式较为落后, 例如: 在大数据来临之前很多企业会通过电话问询、面对面分发问卷、实地调查等方式了解客户相关的信息。这种信息收集方式落后, 渠道狭窄, 无法获得有价值的信息。然而, 很多企业依然采取了这种方式, 没有想办法扩大信息收集渠道范围。但一家企业面对的市场不仅仅是本地、围绕着本地的一定范围, 还有可能是一个横跨较大的地域范围, 所面对的竞争对手以及消费人群数量较为庞大。但企业的销售管理团队人数有限, 如果缺少先进的数据收集系统, 将无法做好数据收集工作。这样企业和市场间就会出现信息不对称的情况, 在销售管理决策时也会因为没有得到确切的信息而出现偏差。

2.3 信息筛选能力不足

虽然大数据时代市场信息量庞大, 但并不是所有的信息都是有价值的, 只有极少一部分可以被企业利用。企业在收集信息时虽然可以获取大量的信息, 但有利于销售管理活动开展的信息比较少。可能是在信息筛选环节出现了问题, 难以找到对销售行为影响较大的信息。这依然没有发挥大数据的作用, 也会导致企业在市场竞争中处于弱势。

2.4 信息分析力度不足

信息筛选工作虽然非常重要, 但是信息分析工作更重要。已获得的数据信息只能反映事物的表象, 只有将获取到的企业、消费者信息进行纵横对比后, 才能够得到有价值的市场信息, 才能够以此为依据调整销售管理计划。所以信息分析环节的难度比较大, 程序较为繁琐。一些企业虽然信息收集以及筛选能力较强, 但信息分析能力较弱。具体表现在: 技术方面的不足, 没有引入高效整理、对比数据的计数, 也无法从中发现市场的发展方向, 无法进行深度分析了解潜在客户需求; 人员设置问题。大部分企业的销售管理部门都不够重视市场信息的分析处理工

作, 也没有设置独立的岗位。再加上很多销售员工缺少相关的专业知识, 无法处理大体量的数据, 导致企业的信息分析力度不足。

2.5 信息应用效果不佳

在经过了上述的步骤后, 企业能够得到有价值的信息, 但这些信息能否帮助企业做出正确决策, 提高企业的竞争优势还无法确定。因为很多企业无法在短时间内将获取到的信息整合在一起, 充分利用。还有一些决策人员的主观观念比较强, 即使得到了有价值的信息, 也无法认真分析当前的市场环境, 调整销售计划。

3 大数据时代企业销售管理信息化转型的策略

3.1 及时转变企业销售观念

要想有效推动企业销售管理信息化转型, 需要各大企业站在大数据视角下深入对销售管理中现存的问题进行分析, 及时对现行销售管理进行转变, 充分认识到大数据、信息化等技术在企业销售管理中的价值。只有从思想意识层面上认识到大数据技术对提高企业销售管理水平以及核心竞争力的重要意义, 企业才可以从根源上推动销售管理信息化转型, 才能够跟上大数据时代的发展步伐。这就需要企业管理者具备较强的学习意识, 及时对企业外部环境的变化进行了解, 同时做好培训与宣传工作, 提高企业全员对大数据时代的认识, 为企业转型创新销售管理模式做好充分铺垫。例如, 企业可以应用大数据技术做好目标客户定位, 通过对客户消费习惯以及消费需求进行分析, 有针对性制定产品与服务策略。在信息化、大数据技术支持下, 企业可以进一步对产品设计与销售全流程进行优化整合, 深入对客户需求以及目标市场进行挖掘, 以便将更合适的产品提供给客户, 同时提供令客户满意的服务, 以便持续在激烈的市场竞争中保持优势, 避免企业在销售管理模式转型不及时的情况下被时代淘汰。

3.2 加大信息化建设的投入

企业在销售管理信息化转型过程中, 要想有效发挥大数据技术的价值, 必须加强在信息化建设上的投入, 为在销售管理中有效应用大数据技术提供硬软件层面的支持, 以此提高企业收集、筛选、分析数据信息的能力。对此, 企业要在信息化建设中投入更多资金, 在每年度预算编制中, 需要将信息化建设的资金预算作为工作重点, 为后续建设数据信息提供有效指导, 同时加强对现有人员的技术培训, 加大先进技术人才的引进力度, 为更好地发挥先进技术在企业销售管理中的价值创造良好条件。

3.3 改变传统销售管理模式

企业在销售管理中要树立大数据思维, 主动对传统销售管理模式进行创新。大数据时代下, 企业除了要和同类企业展开信息战外, 在需要面临来自客户的压力。在这一背

景下,企业要尽量获得更多的数据信息,以便制定更完善的销售管理方案,从而更好地在激烈的竞争环境下脱颖而出。同时,在信息双向流通的基础上,也可以为客户创建一个了解企业及产品服务的机会,让潜在客户对产品与服务的价格、优势等进行分析,为企业创新销售管理模式创造良好的条件。企业要将现代化信息技术以及大数据技术作为销售管理信息化转型的重要推动力,利用好销售管理相关数据信息,及时对产品与服务进行升级,以便抢占更高市场份额,在参与竞争的过程中凭借先进技术手段获得更高经济效益。

3.4 拓展销售信息收集渠道

在企业销售管理过程中,拓宽销售信息收集渠道,可以让企业应用大数据技术收集更多有用的数据信息,为企业开展销售管理工作提供强大的信息保障。传统信息收集方式效率低下,容易引起客户反感,同时单向投放广告的方式,也会影响企业对客户反馈信息的接收,导致企业对客户的需求了解不足,难以为客户提供有针对性的产品与服务。大数据时代下进一步对企业营销环境进行了创新,企业可以在微博、微信等社交网络上与客户进行双向沟通,以便了解客户的消费偏好,有针对性调整现行产品与服务策略,更好地迎合客户需求,同时还可以有效引导客户的消费行为。

3.5 加大数据分析力度

在大数据时代企业要想革新销售管理,就需要提高数据分析力度。只有深度分析信息内容,才能够了解客户的真正需求、消费者对于企业的认可度、企业在市场上的竞争优势以及弱势、制定哪种销售方案才能够得到消费者的青睐、企业未来的发展方向等。这个过程要从技术以及人员这两个方面入手。技术:企业要结合自身需求,组织专业人员开发数据分析系统。在系统内录入本企业的数据信息、竞争企业的信息、已有客户的信息、产品以及供应商信息等,通过系统将这些数据进行多方对比,同时在销售管理的每一个环节都需要将信息录入到系统中。这样才有助于企业挖掘到最有用的信息;人员:已有的销售人员无法从事信息分析处理工作,企业要采取外聘的方式获得一部分专业人员的支持。这些专业人员既要从事数据分析工作,又要对企业已有的销售人员开展培训。必要的时候也可以让专业人员学习营销管理相关的知识,这样能够节约成本,同时也有助于专业人员把握企业真实的营销情况,帮助企业提取最有用的信息。

3.6 提高企业信息化转型速度

企业销售管理信息化转型过程中,要注重对传统销售管理工具进行改善,这从一定程度上决定了企业的未来发展方向。基于信息化、大数据的销售管理转型创新,需要

以现代先进科技为主要驱动力,借助大数据、信息化等技术手段,切实把握好新时代的发展契机,不断对企业运营模式以及产品结构进行优化升级,将线上渠道作为企业销售的主要方向,注重线上市场开辟,做好线上推广、线上销售等工作,通过结合客户反馈信息及时提供售后跟踪服务,使得企业销售管理全面实现信息化发展。在传统销售管理模式下,客户管理与关系维护主要通过电话或人员回访的方式展开,客户关系管理受限于销售人员个人态度、能力,销售人员个人意识与水平将影响客户与企业之间的黏性,导致企业面临客户流失的风险。在大数据时代下,通过数据收集与分析,可以让企业更加深入地对客户需求进行掌握,以便企业与客户进行有针对性对话,结合客户需求提高售后服务的及时性,完善企业的客户关系管理,不断壮大企业客户群体,面向市场乃至整个社会逐步打造完善的品牌,为二次销售的开展创造更大可能,通过对销售管理模式进行信息化转型,为企业创造稳定、持续的经济效益。

3.7 提高信息应用效果

要想充分发挥已收集到数据信息的最大化价值,提高企业的经营管理水平就要做到两个方面:第一,高效率分析处理数据。企业可以将从事分析处理工作的工作人员的薪资和分析处理率联系在一起,提高他们的积极性。第二,解决决策者主观片面的问题。不能采取一家独大的决策方式,决策者在决策时要听取销售人员、信息处理人员的意见,在综合考量后共同进行决策。这样所制定出来的方案才是科学合理的。

4 结束语

综上所述,大数据时代下企业销售管理在信息化转型过程中,需要将大数据、信息化等新兴技术融入销售管理全过程,在做好目标市场细分定位以及目标客户分群定位的基础上,着眼未来将市场与客户作为发展导向,逐步形成大数据思维,在销售全过程中强化数据信息搜集与分析,发挥大数据技术引领销售管理信息化转型的作用,始终保持企业销售管理模式的先进性,结合客户需求以及企业发展目标,及时对销售管理模式进行调整。

参考文献:

- [1] 张安伟. 企业销售管理的现状与对策探究[J]. 营销界, 2020(52): 140-141.
- [2] 张安伟. B2B企业销售管理信息化探析[J]. 商业文化, 2020(33): 79-80.
- [3] 王书琦. 对企业销售管理工作的创新思路分析——以煤炭企业为例[J]. 商展经济, 2020(06): 65-67.
- [4] 林萍. 大数据时代企业销售管理信息化转型问题研究[J]. 企业改革与管理, 2020(13): 91-92.