

DOI: 10.12361/2661-3263-06-09-152235

大数据环境下的企业经营战略转型研究

杨俊龙

浙江弼土新材料股份有限公司, 中国·浙江 温州 325400

【摘要】随着大数据技术的迅猛发展,企业所处的商业环境正在发生深刻变革。大数据不仅改变了信息交互的方式,还为企业提供了前所未有的洞察力和决策依据。在此背景下,企业经营战略的转型成为一种必然。本文将探讨大数据环境下企业经营战略转型的意义、面临的挑战以及关键因素,进而提出大数据环境下企业经营战略转型路径和实施策略。

【关键词】大数据;企业经营战略转型;新材料行业;竞争优势

Research on Business Strategy Transformation Under big Data Environment

Junlong Yang

Zhejiang Bitu New Materials Co., LTD., Wenzhou 325400, Zhejiang China

[Abstract] With the rapid development of big data technology, the business environment in which enterprises are located is undergoing profound changes. Big data has not only changed the way information interacts, it has also provided businesses with unprecedented insights and decision-making bases. Under this background, the transformation of enterprise management strategy becomes a necessity. This paper will discuss the significance, challenges and key factors of enterprise business strategy transformation under big data environment, and then propose the path and implementation strategy of enterprise business strategy transformation under big data environment.

[Keywords] Big data; Business strategy transformation; New material industry; Competitive advantage

引言

在信息化时代企业如何利用大数据实现战略转型已成为重要议题,新材料行业作为高科技产业既受益于大数据发展,同时也面临转型压力。因此,研究新材料企业在大数据环境下经营战略转型问题具有显著价值。

1 大数据环境下的企业经营战略转型意义

1.1 企业经营战略转型的背景与意义

在当今市场环境中,企业经营战略转型既是必然选择,也是应对外部环境变化的重要手段。在企业发展过程中面临多方挑战,因此需进行战略转型适应新发展阶段。首先,在全球化与信息化影响下企业需转型以适应跨国竞争挑战,拓展国际市场。其次,在产业格局变革中需转型以应对新技术冲击,提升核心竞争力。同时,环境保护与可持续发展理念也促使企业转型,实现绿色低碳发展。此外,在消费升级与需求多样化影响下,企业需通过转型满足消费者个性化需求从而提升市场占有率。企业经营战略转型的意义在于提升竞争优势,优化资源配置,提高经营

效率,确保持续稳健发展。

1.2 大数据对企业经营战略转型的影响

大数据是企业决策与战略转型的重要驱动力,其提供多样化数据资源能为企业带来机遇和挑战,在企业转型中大有裨益。大数据能为企业提供海量市场信息,基于大数据分析深入了解消费者需求、市场趋势与竞争对手动态,从而把握市场机会、调整产品定位与市场策略。在分析数据的基础上,这还能助力企业发现隐藏商业模式,从商业模式出发,优化产品设计,改进运营模式。而从管理层面来说,大数据还能提升企业运营效率与管理水平,基于对生产、供应链等环节的数据分析,能发现潜在效率问题,采取针对性措施改进。

但大数据应用也并非十全十美,其应用过程也存在挑战:大数据中存在错误不完整的数据,需企业进行数据清洗预处理,这便会耗费相关资源。同时,大数据应用涉及到大量隐私信息,企业需加强数据保护,此过程,大数据分析与应用还需专业人才支持,需投入相应资源进行技术

培训。

2 新材料行业的现状及面临的挑战

2.1 新材料行业的发展现状

新材料行业正涌现出创新性材料产品,如先进复合材料、纳米材料等新型材料的应用,使各行业都从中受益,相关材料同时还具备轻质、高强度、耐高温等特性,能被广泛应用于航空航天、汽车等领域,推动相关产业发展。从可持续发展的角度来说,新材料行业在生态环保方面大有裨益,传统材料应用会对环境造成严重影响,但新材料能实现可持续发展。如可降解材料、太阳能电池等应用有助于推动绿色经济发展。从全球化发展的趋势来看,新材料行业在各国政府大力支持下积极推动科技创新与产业转型,基于促进产学研用结合手段,促进新材料行业突破,提高产品质量,推动产业链升级。

2.2 新材料行业面临的挑战和转型需求

新材料行业面临转型需求等挑战,如研发周期长、技术门槛高。政府与企业需加大资金支持,建立相关开放创新型合作机制,有效推动新材料技术快速创新与产业化。在此基础上,新材料行业市场需求与技术创新间存在信息错配问题。现实中存在应用市场不成熟且相关产业链缺乏有效支撑体系。因此,需加强新材料技术与市场需求对接,引导企业加大对新材料应用市场开发力度从而推动新材料产业健康发展。

此外,新材料行业还面临知识产权保护与标准制定问题。因此,政府和企业需加强相关法律完善以建立健全知识产权保护体系以保护新材料技术创新,同时加强国际标准制定的参与引领以提升我国新材料产业在国际市场中话语权和竞争力。

3 大数据环境下的企业经营战略转型关键因素

3.1 数据收集与分析能力

在信息化视域下,新材料企业需具备相关能力以获取关键信息并做出科学决策,从这一点来说,可从几方面予以实行:(1)数据收集。新材料企业需建立完善数据收集机制,如从市场调研、供应链等环节收集相关数据,采用传感器、监测设备和物联网技术等技术实现对生产过程、产品性能等方面的数据实时采集与监测,为后续数据分析提供可靠数据基础。(2)数据分析能力。将大量数据转化为核心信息。新材料企业需投资建设高效数据分析平台并引入相关先进技术,从海量数据中提取关键规律,并通过各种先进数据统计分析技术来有效洞察市场趋势、产品特性等重要信息,以便作出科学决策。(3)数据安全与隐私保护。此环节虽然并非数据收集的实施环节,但此环节是作为前两环节的保障环节,起着一定的运维功能。在收集分析数据过程中须确保数据安全性,遵守法律法规,在做好相关市场背调过后,建立完善数据管理体系、加强网络安全防护,以有效保护企业与用户数据安全。

3.2 决策支持系统的建设

决策支持系统建设有助于新材料企业提高管理效率,市场竞争激烈形势下,新材料企业需准确获取相关市场信息等数据,在对信息进行综合收集分析后,进而进行科学分析与处理,以此对相关生产流程进行优化,最终实现提高产品质量和降低成本的目的,达成提高企业竞争力的发展目标。

决策支持系统的建设需符合企业实际需求。这意味新材料企业需基于根据自身业务特点与经营管理模式,定制化开发决策支持系统。由于系统具备可扩展性,包括市场情报分析、供应链管理等多方面,满足企业不同阶段的业务需求变化。决策支持系统需充分利用大数据人工智能等技术手段,将相关技术应用后,使数据转化为关键信息,利于挖掘数据背后规律。如运用人工智能技术实现生产流程自动化控制,进一步加强对产品的质量预测,提高企业决策科学性。

此外,决策支持系统的建设还需注重数据安全和隐私保护。新材料企业在建设决策支持系统时,必须确保数据的安全性和隐私保护并遵守相关法律法规。通过加强数据加密、网络安全防护和合规审查等措施以便有效保护企业和用户的数据安全。

3.3 组织文化的转变

组织文化的转变是企业在适应快速变化的市场环境中实现创新与发展的关键因素,需通过转变组织文化来适应全球化背景下的挑战与机遇。组织文化的转变要从领导层开始。领导层在组织中的示范引领作用决定其态度与行为会对整个组织产生影响。因此应树立并将开放、包容、创新的文化价值观融入到组织各个方面。应鼓励员工发散思维,倡导团队合作与头脑风暴并激励员工积极参与创新学习。组织文化的转变需要注重沟通与协作。组织应建立开放透明的沟通渠道以完善信息沟通与共享机制从而提高团队内部协作效率,包括定期团队讨论以及跨部门合作,以便促进各部门之间协同效应。组织文化的转变还需建立学习型组织理念。通过培养员工的学习意识与能力推动组织创新与发展并通过制定培训计划、提供学习资源等方式鼓励员工积极学习并将其广泛实践。

4 大数据环境下企业经营战略转型路径和实施策略

4.1 大数据环境下企业经营战略转型路径

4.1.1 提高市场竞争力

企业采用大数据技术分析消费者购买行为,已成为精准把握市场趋势的有效途径。企业利用相关数据,能及时调整其产品策略,更好满足消费者需求,提升产品市场适应性。例如,通过分析消费者的购买记录和反馈,企业能够发现和预测市场的新趋势,从而快速推出符合市场需求的新产品或服务。大数据分析还能使企业能有效监测竞争对手动态,分析竞争对手销售数据等关键信息,准确评估竞争对手优劣势,制定更具针对性的竞争策略。进而,借助分析消费者购买路径等信息,让企业能精准理解消费者行

为模式,使企业能开发出个性化营销策略,定制化广告,增强消费者满意度,提高企业品牌价值。

4.1.2 建立数据中心和优化产品设计

企业应建立独立数据中心,通过数据治理、数据分析等手段对海量数据进行深入挖掘以洞察用户需求和市场趋势,有助于企业作出科学决策。此外,通过建立数据中心有助于为企业提供全新数字化平台,促进各部门间信息共享与协作从而提高整体运营效率与管理水平。

企业应当基于大数据分析结果积极优化产品设计,紧密结合消费者需求进行产品创新与改进,从而提升产品的竞争力与品牌价值。通过深入了解消费者行为,企业能够精准把握市场动向、满足客户需求从而提高产品市场占有率与用户满意度。

4.1.3 拓展销售渠道与提升客户服务

企业应通过大数据分析来深入了解消费者购买渠道偏好,以便开拓新销售渠道并优化现有渠道,实现销售额的增长。大数据应用有助于企业精准定位目标客户群体,明确具体的用户画像,制定有效营销策略,提高市场覆盖率与销售转化率。通过大数据分析,企业能及时了解消费者投诉,提供个性化解决方案,加强客户服务,提升客户黏性与满意度,提升整体竞争优势。

4.2 大数据环境下的企业经营战略转型策略

4.2.1 创新驱动的战略转型

企业需建立以创新导向下的文化氛围,促使企业在市场竞争中占据优势。因此,企业应注重培养员工创新能力,鼓励其提出新想法,将其广泛实践。建立核心文化氛围后,还需基于相关措施落实文化传播,构建特殊氛围感,对此需开展创新活动,为员工提供相关平台资源,推动组织内部的创意交流与合作。

在信息化视域下,企业还应当善于借助新技术和新模式提升运营效率,满足客户多样化需求。针对客户数据分析层面来说,采用人工智能技术,分析客户数据,基于数据进行相关性数据分析,根据分析结果实现市场趋势预测,基于预测效果,制定营销策略。在落实完相关内容后,企业还需不断完善管理机制,推动创新驱动战略转型,建立科学创新管理体系,加强与合作伙伴沟通交流,共同促进创新发展。

4.2.2 数据驱动的市场营销策略

在数据驱动导向下的市场营销策略,需基于先进数据分析技术对海量数据进行处理,深入挖掘消费者行为模式,识别潜在市场机会、预测未来市场趋势。同时,企业还能基于分析竞争对手相关数据,了解其产品特点当中蕴含的可竞争信息,分析相关的市场运营模式,及时调整自身营销策略。企业通过建立以数据为基础的个性化营销体系,分析消费者数据了解消费者偏好、购买行为等信息,根据不同的消费者群体制定个性化市场营销策略。如采用推荐

引擎、个性化营销等手段有效提高营销效果、客户满意度和忠诚度从而增强市场竞争力。企业需加强数据安全和隐私保护。采取多种措施保护消费者数据的安全与隐私,如加密技术、访问控制等。同时,还应制定完善的数据使用规范,明确数据使用范围、目的与方式以避免数据被滥用或泄露。

4.2.3 生态圈构建与合作创新

企业通过与供应商、客户、研究机构等各方建立稳定合作伙伴关系,打造良好生态圈。例如,企业与供应商进行数据共享和协同分析,实现供应链的高效运作;与客户合作开展共创活动、深化用户洞察,提升产品与服务质量;与研究机构合作开展科研项目,推动技术创新和知识共享。通过构建生态圈实现资源互补、优势互补,提升整体竞争力。

在大数据视域下企业面临多元化挑战与机遇,应注重合作创新,打破传统边界,通过跨行业、跨领域合作解决问题。主动开展跨界合作,吸纳外部专家和创新团队、搭建开放式创新平台。通过合作创新获得更多的创新思路、技术资源和市场机会。例如,企业可以与科研机构合作开发新产品、新技术;与初创企业进行战略合作,共同探索新市场。合作创新不仅能够提升企业创新能力,同时降低创新风险和成本,实现共赢发展。企业需要加强生态圈管理,建立公平、透明的合作机制从而促进合作共赢。同时,加强对生态圈成员管理与激励,通过奖惩机制、知识分享等方式激发合作伙伴积极性和创造力。此外,通过共享数据、共同开发标准等方式促进合作伙伴之间互信互利,实现资源共享、风险共担、利益共享。

5 结语

本文通过对大数据环境下企业经营战略转型进行研究,以新材料行业为例,阐述企业在大数据时代如何实现战略转型的关键因素和策略。面对多元化挑战与机遇,企业需要不断创新、加强数据分析能力,并建立合作伙伴关系,以实现可持续发展和竞争优势。本研究为企业在大数据时代制定和实施战略转型提供理论与实践指导。

参考文献:

- [1] 荆娜. 科创板上市企业的成长性评价体系研究[D]. 武汉理工大学, 2022.
- [2] 林赛华. 大数据时代企业经营战略转型研究[J]. 中外企业家, 2020, (17): 106+187.
- [3] 传统材料产业转型升级新材料行业增势良好[J]. 经营管理者, 2019, (21): 36.
- [4] 钟雪丽. 大数据时代企业经营战略转型研究[J]. 企业改革与管理, 2017, (15): 99-100+107.
- [5] 曹松. 基于新材料行业创新创业特性的风险投资研究[D]. 复旦大学, 2013.