

DOI: 10.12361/2661-3263-06-10-155430

基于“互联网+”背景的传统企业电子商务发展策略研究

沈伊锐

北京工商大学, 中国·北京 100048

【摘要】互联网技术迅猛发展且广泛应用,使得电子商务变成促进世界经济增长的关键动力。在“互联网+”这一新形势下,传统商家正遭遇极大的考验和机遇。如何有效结合互联网技术,发展电子商务,以提升企业竞争力,已成为传统企业亟待解决的问题。本文旨分析当前传统企业电子商务发展策略与模式的优缺点,结合企业实际情况出发,提出能够促进企业良性发展策略,以期传统企业电子商务策略转型升级奠定基础。

【关键词】“互联网+”;传统企业;电子商务

Research on E-commerce Development Strategies of Traditional Enterprises Based on the Background of “Internet plus”

Yirui Shen

Beijing University of Business and Technology, Beijing 100048, China

[Abstract] With the rapid development and wide application of Internet technology, e-commerce has become a key driving force for world economic growth. Under the new situation of “Internet plus”, traditional businesses are facing great challenges and opportunities. How to effectively combine Internet technology and develop e-commerce to enhance enterprise competitiveness has become an urgent problem for traditional enterprises. This article aims to analyze the advantages and disadvantages of current traditional enterprise e-commerce development strategies and models, and based on the actual situation of enterprises, propose strategies that can promote the healthy development of enterprises, in order to lay the foundation for the transformation and upgrading of traditional enterprise e-commerce strategies.

[Keywords] “Internet plus”; Traditional enterprises; Electronic Commerce

1 引言

随着网络技术的迅猛进步,我们已经悄然步入了“互联网+”的新纪元,为各行各业的发展带来了颠覆性的变革。在如今这个数字经济与互联网发展的大背景下,电子商务的蓬勃成长须依靠云计算和大数据技术的驱动,促进商务活动整体效率高效运行,因此发展电子商务已经成为当代市场发展的主旋律。传统企业必须察觉到电商发展隐藏的庞大市场潜力和广阔的消费者基数,把握电商的发展脉络,以实现企业的结构转型和水平升级。尽管如此,困扰着传统企业走向电商之路的障碍依旧层出不穷,这些问题不仅阻滞了企业的前进步伐,更对企业的运营与经济效益

发展带来了不利影响。因此深入认识电子商务对传统企业经济发展的作用与特点,紧抓“互联网+”时代背景发展机遇,对传统企业电子商务发展具有至关重要的意义。

2 “互联网+”下传统企业电子商务的发展趋势

目前,传统企业在电子商务领域的发展呈现出以下特点:

2.1 电子商务意识逐渐增强。一方面电子商务意识的增强意味着传统企业开始认识到电子商务不仅仅是一个销售渠道的拓展,更是一种全新的商业模式和思维方式。传统企业开始意识到通过电子商务可以更有效地触达消费者、提升品牌知名度、扩大市场份额。因此,各企业开始积极投入资源,加强电子商务平台的建设和运营,以更好地满

足消费者的需求。另一方面,也在推动着传统企业内部流程和管理变革。为了更好地适应电子商务的发展,传统企业需要优化供应链、提升物流效率、加强客户服务等方面的工作。此项改革不但提高了公司的经营效能,亦为公司开辟了新增的商机及发展潜力。

2.2 电子商务平台多样化。传统企业根据自身特点和需求,选择适合的电子商务平台,如自建平台、入驻第三方平台等。消费水平的提高也催生着消费需求的多样性和复杂化,这也需要企业更加注重对于客户的差异化服务,但这显然和传统的电子商务模式存在极大的区别。为了符合大众市场的口味,企业应该对于场景、用户、产品等等进行细化、分类,从而能够,满足不同的消费需求。互联网技术不仅为电子商务转型提供了强大的技术支持,还使得企业能够更加精准地洞察市场动态和消费者需求。通过大数据分析和人工智能技术,企业可以实时追踪和分析消费者行为,了解他们的购买习惯、偏好和反馈,从而快速调整产品策略和市场策略。

此外,互联网技术还为企业提供了多种与用户互动的平台和工具。例如,社交媒体、在线论坛和社区等,都成为了企业与消费者直接交流的重要渠道。通过这些平台,企业可以收集用户反馈,解答疑问,发布新品信息,甚至进行用户调研和测试。这种互动和沟通不仅增强了企业与消费者之间的联系和信任,也为产品的改进和优化提供了宝贵的建议和数据。在电子商务转型的过程中,互联网技术还能够帮助企业实现更加高效和精准的营销。例如,通过搜索引擎优化(SEO)和搜索引擎营销(SEM),企业可以提高网站在搜索引擎中的排名,吸引更多的潜在用户。同时,通过定向广告和社交媒体营销,企业可以更加精准地将产品推广给目标用户群体,提高营销效果和转化率。

2.3 电子商务与传统业务融合度提高。传统企业正努力将电子商务与传统业务相结合,实现线上线下融合,提升客户体验。同时“互联网+”的概念正以惊人的速度推动着社会的变革,而且随着技术的持续改进,它的基本架构也得到了持续的改善,使得个体和企业能够更加有效地投身于电子贸易,从而实现双赢的局面。随着我国通信技术的飞速发展,电子商务领域也迎来了前所未有的创新与优化机遇。通信技术作为电子商务的重要支撑,为交易的迅捷性、安全性和便利性提供了强大的后盾。在这一背景下,我国电子商务市场日益繁荣,消费者享受到的服务也更加多样化和个性化。通信技术的升级换代为电子商务提供了更加稳定、高速的网络环境。5G、物联网等新一代信息技术的广泛应用,使得数据传输速度大幅提升,交易过程更加流畅。消费者可以随时随地通过移动设备浏览商品、下

单支付,享受便捷的购物体验。

此外,通信技术的进步还为电子商务带来了更多的创新模式。例如,基于大数据和人工智能技术的智能推荐系统,能够根据用户的购物历史和喜好,精准推送符合其需求的商品信息。这种个性化的服务模式,大大提高了用户的购物满意度和忠诚度。

3 互联网时代传统企业电子商务发展的挑战

互联网时代下,传统企业电子商务发展的挑战变得日益严峻。这些挑战涉及市场竞争、消费者需求、技术更,还涉及数据安全和隐私保护等多个方面。

首先,竞争日益激烈。电商行业迎来越来越多的新入场企业,导致行业内的角逐愈发严苛。新兴电商企业通常具有更为灵活的运营模式和创新能力,能够快速适应市场变化并抓住机遇。相比之下,传统企业往往受到固有思维模式和组织结构的束缚,难以迅速调整战略和应对市场变化。

二是消费者需求的变化。在互联网时代,消费者的需求变得更加个性化、多样化和快速变化。他们不仅注重产品的质量和功能,还注重购物的便捷性和体验感。传统企业需要密切关注消费者需求的变化,不断调整产品和服务,以满足消费者的期望。同时,传统企业还需要加强与消费者的互动和沟通,收集反馈意见并进行改进,以不断提升客户满意度。

三是技术基础薄弱。电子商务领域的技术不断演进和创新,新的技术和应用层出不穷。再者,鉴于我国的信息技术发展晚于西方国家,所以在当代社会里,我们仍能观察到众多传统企业仍旧采用传统的纸本记录处理财务帐务,电脑技术的广泛应用尚未形成常态,这一现状阻碍了我国企业信息化整体水平的进步。尽管我国的市场经济在最近几年取得了突出的发展,企业在电子商务的支付交易、信用体系构建以及物流服务领域等方面,尚遇诸多难题,致使国内许多传统商业体在电子商务领域的成长停留在较初级的层面。

四是数据安全和隐私泄露。随着电子商务的蓬勃发展,越来越多的个人信息和交易数据被集中处理和存储。这对传统企业的数据安全和隐私保护能力提出了更高的要求。然而,一些传统行业参与者对消费者的数据安全与隐私防护缺乏必要的关注,针对数据处理问题采取的惩戒措施也显得力度不足,并有将顾客资料用作交易以谋取利益的行为发生,这种做法在很大程度上削弱了顾客在购买过程中对安全问题的信心与评估。

4 互联网时代传统企业的电子商务发展策略

一是建立健全电子商务维护服务体系。随着互联网的飞速发展,电子商务已成为现代商业活动的重要组成部分。建立健全电子商务维护服务体系,需要完善法律法规

体系。政府应加强对电子商务领域的监管,制定和完善相关法律法规,明确各方责任和义务,规范电子商务交易行为,保障消费者权益。同时,加大对违法违规行为的处罚力度,形成有效的法律威慑;此外需要强化行业自律。电子商务企业应自觉遵守法律法规,诚信经营,规范自身行为。同时,行业协会应发挥积极作用,推动行业自律机制建设,加强行业内部监督和管理,提升行业整体形象和信誉度。最后,建立健全电子商务维护服务体系需要全社会的共同参与。消费者应提高自我保护意识,理性消费,防范网络诈骗和虚假宣传等风险。媒体应加强对电子商务领域的宣传和舆论监督,提高公众对电子商务的认识和信任度。同时,政府、企业和社会各界应加强合作,形成合力,共同推动电子商务健康、有序发展。

二是培育电子商务人才。电子商务人才具备丰富的电子商务知识和技能,能够为企业带来新的思维方式和创新策略。他们能够帮助企业抓住市场机遇,开发新的商业模式和产品,从而推动业务的快速发展。一方面企业要加强人才对于客户需求分析,运用数据分析工具,优化网站设计、提升购物体验、完善客户服务等方式,精准把握用户需求,提高用户的满意度和忠诚度,为企业提供更精准的市场定位和营销策略。另一方面加强企业与外界的合作与交流,电子商务人才具备与互联网企业、电商平台等合作伙伴进行沟通和合作的能力,企业应当以此为依托建立和维护良好的合作关系,促进资源共享和互利共赢。通过与外界的合作与交流,企业可以获取更多的资源和技术支持,提升电子商务的整体水平。

三是集成多维开发模型。传统企业发展电子商务应充分利用互联网的特点进行广泛传播,尤其需要加强产品品牌形象的宣传,并在销售过程中使用优惠券、储值赠送等方式促进产品销售。传统企业可以利用电子商务技术增加与用户的服务跟踪,更深入地了解用户的需求。例如,当前传统服装行业需要加强与唯品会、淘宝的合作,推出各种服装品牌节日活动等,线下加强产品推广和门店活动,通过线上线下相同的质量和价格模式不断吸引客户,加强市场份额竞争,提升企业在消费者心目中的品牌影响力。另外成立一个独立的电子商务部门成为了不少传统企业的首选策略。电子商务部门的成立,不仅意味着企业正式踏上了数字化转型的道路,更代表着企业对于市场趋势的敏锐洞察和积极应对。这个部门将负责与各大电子商务平台进行深入沟通和谈判,确保企业产品在平台上的有效展示和推广。通过制定精准的营销策略,企业能够更好地把握市场需求,提升产品在市场上的竞争力。

四是构建电子商务“网络共同体”。随着全球化和互联网的普及,电子商务已经成为了一个不可忽视的商业领域。为了更好地满足消费者的需求和提高企业的竞争力,越来越多的企业开始意识到构建一个电子商务“网络共同体”的重要性。电子商务“网络共同体”是一个集合了多个电商平台的共享平台,旨在为消费者提供更加便捷、更加个性化的购物体验。在这个共同体中,各电商平台可以共享用户数据、商品信息、物流信息等资源,通过数据分析和人工智能技术,提供更加精准的推荐服务、更加高效的物流配送和更加优质的售后服务;打造全业态电子商务产业链,使生态组织能够发挥出最大的竞争力。为了确保共同体的长期稳健运营,核心企业必须担当起其重要的角色,从而增加其黏着力,有效吸引和留住中小型电子商务公司;优化升级“共同体”的物流系统,加强纽带关系的维系与支持,从而加深“物流云”的互相配合,并利用大数据技术实现“共同体”的有效运营;此外还需要“共同体”财政投入的有效协同,加强与金融机构和银行的互相配合与支持,为已经建立的传统企业电商化提供充分的财政帮助,为其未来的发展奠定坚实的基础,从而更好地利用互联网技术推动电子商务的整体发展。

5 结语

在“互联网+”背景下,传统企业电子商务发展策略的制定与实施对于提升企业竞争力具有重要意义。传统企业应充分认识到电子商务的重要性,加强技术创新和人才培养,优化用户体验,拓展市场渠道,加强合作与共赢,以应对市场挑战,实现可持续发展。未来,随着互联网技术的不断进步和应用场景的拓展,传统企业电子商务将迎来更多的发展机遇。传统企业应密切关注市场动态和技术趋势,不断调整和优化发展策略,以适应不断变化的市场环境。

总之,传统企业在“互联网+”背景下发展电子商务是一项长期而艰巨的任务。只有不断创新、积极应对挑战,才能在激烈的市场竞争中立于不败之地。

参考文献:

- [1] 曹南. “互联网+”下传统企业电子商务发展研究[J]. 商业经济研究, 2018(6): 3.
- [2] 田中玉, 韩煦. “互联网+”背景下企业供应链重构的对策探讨[J]. 电子商务, 2016(6): 2.
- [3] 支晗晶. 互联网金融与电子商务融合发展研究[J]. 科技经济市场, 2023(11): 16-18.
- [4] 周晶. 数字经济背景下我国电子商务发展研究[J]. 全国流通经济, 2023(21): 28-31.