

# 论述大数据时代企业市场营销战略创新

张定勇

贵州工商职业学院, 中国·贵州 贵阳 551400

**【摘要】**本文主要对大数据时代企业市场营销战略创新内容进行论述。首先详细的对大数据在企业市场营销战略中起到的作用进行研究,其次,在论述相关问题的基础上对提升大数据时代企业市场营销战略的创新方法进行了探讨。

**【关键词】**大数据时代;企业;市场营销;战略创新

## 1 作用分析

### 1.1 提供科学的策略制定方针

借助体系化的市场营销策略可以保证产品的实际竞争力,而在激烈的竞争中获得更好的销售业绩。与此同时,随着市场内部的策划朝着更高的层次发展,人们关心的问题也会随之暴露。在当前大数据时代的背景下,营销策划人员可以借助信息技术来实现行业内部的信息管理,从而寻求突破口来构建市场营销策略。除此之外,借助大数据技术及时掌握客户的基本信息,按照不同客户的需求和消费心理为其提供不同的服务。

### 1.2 挖掘潜在用户

市场销售人员可以借助大数据技术来挖掘产品背后的潜在用户,确保现实的销售具有更高的规模。所谓的交替销售,就是在拓宽营销空间的过程中寻求更多的潜在用户,从而建立起系统多样的客户群体网络。在当今的时代背景下,如果能够让消费者在较短的时间内把握产品信息,那么企业就能够将产品推送到消费者的手中,并按照各自的需求进行购买,从而提升公司的利润。

## 2 企业在大数据时代背景下所面临的营销问题

2.1 淡薄的市场营销意识。市场和企业之间实际上是按照两条线路各自发展,所以企业无法掌握消费者的消费心理和习惯,不能为消费者提供他们所需的产品服务。另外,由于企业缺乏创新理念,过度看重生产速率,经常会出现严重的产品生产过剩现象。因此在大数据背景下,企业在发展的过程中,需要合理的对该项技术进行应用综合,按照市场的调节进行生产。

2.2 市场调查匮乏。企业的发展会受到市场调查的影响,所以会按照消费者的个人需求来做好基础性的调查工作,从而为企业带来更多的利润空间。企业在发展的过程中,大数据技术的应用能够提供更多的信息,满足企业的生产要求。但是,部分企业还未广泛使用大数据技术,使其基本的生产秩序和市场情况严重脱节,无法满足消费者的需求。

2.3 大数据技术经验的匮乏。技术上的竞争是企业在大时代背景下发展的技术竞争。由于部分企业没有重视大数据技术和选用专业化的人才,直接影响到了企业的整体发展。所以要做好大数据技术的推广工作,让更多的企业享受到大数据时代背景下的福利。

2.4 市场营销观念较为落后。企业在发展的过程中,主要是将营销中心在产品质量上,但是由于社会的发展,人们的消费观念产生了一定的改变,人们在过度关注产品质量的同时,对于产品的外观提出的要求也越来越高。在这样的情况下,很多传统的企业无法满足客户的基本要求。

2.5 市场竞争过于激烈。大数据时代能够为消费者提供更多可靠的消费数据,通过明码标价的形式让消费者选择不同企业生产的产品。基于这种背景,企业内部的竞争会越来越激烈。为了能够在市场的竞争中赢得一席之地,部分企业会通过降价的形式来吸引更多的顾客。由于竞争过于激烈,企业的实际获利也会随时减小,甚至部分企业出现了严重的亏损现象。这种非理性的降价方式很容易引发市场内部的混乱,不利于市场经济的稳定发展,所以要采取有效的方案来缓解当前的现状。

## 3 解决当前问题的措施

按照大数据技术的特点,根据企业市场营销战略的实际要求,采取有效的方式将大数据时代企业市场营销战略内容完善。

### 3.1 应用大数据来投放广告。

从实际的数据出发,企业针对不同的群体投放广告。不仅能够满足消费者的实际需求,同时还能够将宣传内容扩大。但是企业投放广告要遵从市场规则,和消费者建立起紧密的联系,只有这样才能提升广告的投放效率。在大数据技术的作用下,营销企业可以全面的展示各自产品的功能和用途,让消费者在选择的过程中选择适合自己的产品进行购买。

### 3.2 借助大数据技术服务于市场调查

为了能够获取更加详细的调查结果,营销人员应该充分利用大数据技术开展市场调查工作,及时获取消费者的消费意愿。对消费数据以及消费信息进行切实的分析,将生产出符合消费者的产品。而通过大数据技术的应用,它能够对市场行为进行调查,使其能够获得更全面的信息。这种全面细致的调查可以把握基础性的信息内容,然后根据企业的产品现状来制定合适的营销方案,推动企业和市场的融合。

### 3.3 注重专业化的人才培养

企业在发展的过程中掌握大数据技术,它能够让企业在激烈的市场中提高自己的地位,就目前现状而言,很多企业在技术上还没有掌握,所以企业想要得到可持续发展,对人才进行培养是非常重要的内容。在企业日常经营过程中,基本的人才培训是非常重要的,只有这样才能让企业和市场营销相融合,更好地推动企业朝着更加深层次的方向发展。

### 3.4 更新市场营销观念

在如今的大数据时代背景下,营销人员要及时转变旧有的营销观念,打破传统模式的束缚,学习全新的科学技术,提升自我的专业技能,更好地服务于企业的日常营销管理。如果企业能够合理地运用大数据技术,采用全新的管理方式,那么市场营销的效率也会得到前所未有的提升,企业的发展也会按照事先预定的方案逐步推进。

## 4 结论

综合以上分析可知,科技的发展让大数据和市场营销有了直接接触的可能,从而推动企业朝着更高层次的方向发展。在新时期背景下,企业需要结合自己的情况,还有市场的情况,将营销工作准备完善,并且通过大数据的利用,能够及时的将市场信息获取,同时在掌握消费者心理状况,还有习惯的基础上,有效的将产品的质量提高,从而给企业的发展提供更多的支持。

## 参考文献:

- [1] 杨芳玲. 新经济时代下的企业营销战略创新研究[J]. 经贸实践, 2017, (1). 133.
- [2] 蔡益. 对新经济时代企业营销战略创新的分析[J]. 商场现代化, 2016, (15). 32-33.
- [3] 张羽. 大数据时代中国企业的营销模式创新研究[J]. 现代商业, 2015, (13). 53-55.
- [4] 刘恰. 企业市场营销战略创新研究[J]. 现代营销(学苑版), 2014, (2). 40-41.