

中小企业电子商务营销现状及对策研究

郭 靖

湖北第二师范学院, 中国·湖北 武汉 430205

【摘要】随着目前电子商务的激烈竞争,许多传统电子商务逐渐瞄准了电子商务这一新的发展契机。在这其中,一些中小企业表现得尤为突出,他们自身的经济实力有限,从而致使在激烈的市场竞争环境当中处于比较不利的地位。由于其自身实力有限以及其他多方面的原因,导致这些中小型企业开展电子商务的过程当中仍然还存在着诸多问题,从而在某种程度上制约了其可持续发展,亟需及时去解决这些问题。

【关键词】中小企业; 电子商务; 营销现状; 对策

在最近十多年的时间里,随着互联网等技术的飞速发展,也引发了电子商务从无到有、从小到大地快速崛起,对人们的日常生活带来了很大程度上的影响。并且在这些电子商务活动中,由于不同国境内部的商品在其质量和价格等方面存在着较为明显的差异,这也就驱动着广大人民通过目前已经发展得十分便捷的互联网来自由选购境外商品,这也就使得电子商务在全世界范围内时髦起来。

1 中小企业电子商务营销实施存在问题

1.1 资金短缺, 缺乏电商投入

移动网络时代消费者可以轻而易举地获得信息,但面对铺天盖地的信息消费者有时很难做出准确地判断。加上个体不同的评价标准以及自身感知的差异性,质量参差不齐的产品和服务会给不同的消费者带来完全不同的体验。中小目目前在线上线下商店这一方面发展的不尽如人意,基本上停留在比较初级的层面。线下门店的商品很多售价都高于线上的商品,这就容易使得线下门店变成线上店铺的试衣间。中小在各网络平台进行宣传和营销时,推送的内容很多都是相对空洞的信息,而且有时中小电商网站信息更新的不及时,这就使得网站像食之无味弃之可惜的鸡肋一样无法对客户产生吸引。

1.2 竞争日趋激烈

当全国范围内都嗅到了电子商务发展的巨大潜在商机时,各大电子商务公司以及其他一些中小企业也会纷纷参与到这一市场竞争环境当中来瓜分这一诱人的蛋糕,中小企业在其未来开展电子商务的过程当中所面临的竞争也会日趋激烈。市场竞争激烈,对外电子商务的战场在舞台,这在给我们更多机遇的同时,也给了我们很多挑战。这意味着企业要不断发展自己,与其他企业竞争市场,然而由于电子商务和企业基础薄弱,能在这样的厮杀中存活下来的企业极少。大到男性用品、生活用品,小到化妆品、幼婴品、保健品等等,受商务的影响,如果国内企业不抓紧时间去更新模式,跟上发展的角度,那么失去的将是大批的客户。

2 主要的发展建议

2.1 企业需要加强对电子商务的认识, 借鉴其他企业经验

中小企业在移动互联网时代,用户在零碎的时间使用手机等移动设备的时间相较以往大大的增加,怎么合理地获取和处理用户数据就成了核心。耐克公司搭上了移动互联网发展的快车,迅速推出了适合移动电商发展的大数据策略,并逐步将互联网化上升到企业的整体营销。耐克在沟通策略、营销策略中将大数据策略作为分析顾客数据、掌握顾客需求的核心方法之一。诸如大数据策略这样的电商策略为耐克公司斩获了相当多的客户忠诚度,大数据分析使得用户行为彻底的数字化,耐克就可以将这些数据运用到健身APP、可穿戴式运动设备的开发中,这些举措就为耐克公司的经营提供了更多的选择。中小公司可以参考耐克官方APP的优点提升自身服务水平,例如选购功能、健身辅助等,以提升产品附加价值和客户忠诚。这样做既有助于中小官方APP

的推广,获取核心消费者,又能方便公司获取顾客各方面的第一手资料,为产品研发等工作提供支持。建议中小官方APP增加类似顾客论坛的功能,以便顾客和产品设计师进行交流,为公司改进现有产品、服务,乃至开发新产品提供依据。

2.2 引进高科技的电子商务人才

中小企业可以对这些专业人才可以进行专业分析,然后制定出有效的解决方案,从而使企业获得应有的回报。利用大数据进一步强化对员工的培训。始终重视对员工培训和管理,常态化开展培训,让员工潜移默化接受中小企业文化,严格按企业要求规范开展工作,同时,注重激发客服员工的创新力,收集员工的建议和意见,打造一支充满活力,敢想敢干的员工团队。

2.3 科学制定电商长期营销规划, 提高客户服务质量

中小企业科学制定电商长期营销规划,提高客户服务质量需要发力线上店铺的同时也要及时线下店铺的打造,例如打造线下体验活动,在当前的消费环境中,拓展线下销售已经是必然趋势。让消费者在实体店中能够直接品尝和感受产品,同时能够享受服务,通过其在线上的成功经验,延伸和拓展到线下,注重线下体验,品牌打造,企业形象塑造等。而且,可以创造性让客户到生产实地进行体验,一方面见证产品的质量,另一方面通过这种体验吸引消费者的关注,在线下活动中感受别样味道。拓展线下渠道的同时,从不同程度也是增强了一个实体仓库,能够更将快速地将产品及时配送到这座城市在网络下单的客户。

电子商务产业各方应该清楚地认识到,从事于电子商务贸易的企业内部的信息化基础设施建设是推进电子商务稳步向前发展的重要前提所在,一个电子商务贸易企业有了相应的信息化水平,就才能够在此基础上应用相应的电子商务。因此,相关中小企业要结合自身实际情况和条件,整合目前企业内部所拥有的计算机等网络信息资源,使其得到合理的配置和利用,然后从社会各界广泛吸纳和招收既懂得商务与贸易知识又懂得电子商务的复合型专业人才,从互联网广告、商务信息查询和搜集、各种商品原材料和产品的供应、批发与调拨、商品的采购与零售等环节逐步稳妥地向信息化建设过渡。

3 结论

总而言之,中小企业通过电子商务营销把握住国家发展机遇,充分扩大自身经营业务的盈利层面,提高其自身在市场上的品牌知名度。各级政府对于中小企业也需要保持十分地支持的态度,推动目前的传统电子商务的转型发展,促进我国中小企业的长远发展。

参考文献:

- [1] 崔玉宾. 电子商务对消费者行为的影响分析——基于两种电商模式的比较[J]. 商业经济研究, 2020(10): 89-93.
- [2] 陈静. 电子商务环境下物流企业创新管理模式探讨[J]. 商业经济研究, 2020(10): 110-112.