

电子商务对未来市场营销方式的影响

冀佳翼

北羽(北京)信息科技有限公司, 中国·北京 朝阳 100020

【摘要】受互联网迅猛发展这一因素影响,随之电子商务开始涉及越来越广泛的行业及范围。以网络为基础出现且形成的电子商务,与当下经济消费需求相符,利于企业经营成本的大幅度降低,同时也能为企业经营范围的拓宽提供有利条件,更重要的是能推动企业经济逐步接轨到世界方面。在电子商务迅猛发展的背景下。

【关键词】电子商务; 市场营销方式; 影响

互联网环境下逐渐涌现的一种全新营销模式就是电子商务,该种全新经营模式的应用,使得传统市场上时间及空间方面的限制性因素得以有效突破,而在电子商务环境下,线上交易可随时开展,因而在一定程度上冲击了传统市场营销方式,与此同时,也为线下商家企业经营模式的历史性变革指明了方向。在此背景下,我国各领域通过电子商务这一巨大机遇的把握,开始跟随时代发展步伐积极进行经营模式的创新,加之营销策略的优化与改变,与自身特征和发展优势相结合,建立契合企业长远发展新型营销模式,借此为自身可持续发展目标的实现提供推动作用。通过电子商务这一模式的应用,能使交易双方距离逐渐拉近,也利于交易效率的大幅度提高,为经济消费高效运转提供保障,所以探讨电子商务对未来市场营销方式的影响十分必要。

1 电子商务对未来市场营销方式的影响

1.1 网络营销成为未来市场营销一大趋势

面对面是传统市场营销的主要方式,而在电子商务交易过程则具有多样化的形式,加之丰富的产品信息,能为顾客所需产品信息及企业品牌信息的及时了解提供帮助,有效拓宽顾客选择面,此时对于企业来说,就需要与顾客消费观念充分结合,进行产业结构的调整,确保自身产品质量大幅度提高。通过电子商务模式的应用,能使网络环境下买卖双方的交易以简单形式完成,此时成本的清算仅需要借助电子凭证即可达到。与此同时,企业还能够以顾客需求为依据,提供个性化及定制化等服务,使客户问题得到及时解决,同时也利于企业和顾客之间的有效沟通^[1]。新营销方案制定的过程中,需要企业以顾客消费习惯为依据进行产品套餐的制定,促使客户能够以自身喜好为依据进行产品组合的选择,推动企业营销效率的提高。以往市场营销模式中,企业的经济效益往往会受产品价格及企业地理位置、宣传方式、销售渠道等产生影响,而在电子商务环境下,企业能够基于原有营销模式为出发点,通过互联网产品服务及宣传渠道的有效开拓,进而通过线上线下结合模式的应用,促进产品销量有效提升,也利于宣传成本的大幅度降低。

1.2 竞争范围和竞争形态发生巨大改变

开展电子商务能为企业信息的透明化及公开化发展提供促进作用,在市场竞争日益激烈的背景下,逐渐模糊了企业经营范围,此时企业在市场竞争中的首要要素就是品牌。电子商务下企业良好品牌形象的树立,能给顾客消费倾向带来直接影响,所以在电子商务下企业未来营销模式创新过程,通常都需要与产

品功能及外观设计、品牌形象等充分结合,确保企业全新形象得以有效打造,促进顾客好感度有效提升,使企业受网络冲击的现象有效减少。电子商务环境下的企业,要想保障自身营销目的得以良好实现,创新意识的具备十分关键,同时也需要与市场变化相结合,重视产品及服务的及时更新,为品牌形象提供保护作用,使消费者对企业的信赖程度有效提高,进而确保企业形象逐渐趋于质量佳及服务好方向发展,确保在市场中占据更多份额^[2]。在社会中各企业进行电子营销的过程中,通过营销网站的利用即可引导顾客消费,并且与产品信息和品牌信息相结合进行企业的推广,能帮助消费者进一步熟悉企业品牌,同时在企业产品信息定期更新和在线服务及时提供的情况下,企业知名度也会得到大幅度提高,此时目标客户数量必然会随之增加,长此以往,企业、顾客、产品间的良性循环也会逐渐形成。

1.3 改变消费习惯、需要重整营销管理

在社会广泛应用电子商务模式的背景下,以往顾客的被动消费习惯开始向主动方向转变,因而企业目标市场受到了冲击,而逐渐兴起的网络购物模式,使得大众购买积极性及显性需求开始在消费习惯方面得到了更多体现,此时对于广大顾客来说,能够以自身意愿为依据,通过商品或服务的自愿挑选,有效扩大选择权^[3]。面对此种情况,企业就必须重视营销管理系统的积极建立,进一步规划产品及服务制造资源等,与顾客消费倾向充分结合,确保产品信息的展示更加多样化,促进广大消费者的购买欲望逐渐提高。比如说,企业通过小视频及精美图片等的利用进行产品功能多方位展示,之后与同类商品相结合,通过产品价格的准确把握,能使潜在客户得到有效开发。与此同时,以网络平台为出发点,通过各种节日促销及纪念日等活动的利用,也能使消费者高度关注企业。除此之外,在企业联合电商平台及移动通讯端等的情况下,可保障捆绑销售模式得以良好实现,此时的主导则以客户需求为主,能保障多元化销售目标得以良好实现^[4]。企业长期收益会受顾客忠实度而产生一定影响,所以顾客的稳定十分必要,因此企业可通过顾客反馈及售后服务等机制的利用,促进顾客对企业、对品牌的忠诚度、信赖度有效提高。

2 电子商务环境下市场营销方式的创新

2.1 构建电子商务团队

立足企业方面分析,电子商务属于一种社会平台,其主要以产品交易和利益获取为出发点;而立足自身方面分析,以人为主体的一种信息技术使用就是电子商务,所以在电子商务模

式运行过程,仍然需要以人工为依托,整合过程操作和系统,通过高素质电子商务队伍的建设,能在一定程度上促进企业未来发展。目前,社会中存在大量的中小企业,而对于这部分类型的企业来说,应重视传统经营管理观念的积极转变,通过电子商务机遇的把握,在企业员工培养的过程中,要以高素质及高技术的专业队伍建设为目标,为企业电子商务模式的运行奠定坚实人力基础。

2.2 强化营销战略目标

发展的动力源泉所在就是目标,企业市场营销环节如果战略目标较为缺少,则营销的随意性现象就会逐渐凸显,削减企业营销手段及方式方法等的创新力度^[5]。电子商务环境下,市场营销人员的首要之处就是强化营销目标,这一环节可通过云计算及大数据等技术的应用来分类客户,加之以各分类用户为出发点,开展营销方案的制定工作,确保针对性营销目标得以良好实现,为企业服务质量及服务水平的提升提供有利条件,使企业高效营销目的有效达成。

3 结束语

具有一定虚拟性意义的电子商务运作,能使企业营销时间

及空间、服务方式得到极大限度改变,同时也利于企业市场的拓宽,促进企业竞争力的有效增强。在互联网时代背景下,企业应牢牢抓住电子商务带来的机遇,进而通过各种平台及互联网广告等的利用,使自身能够和顾客之间的联系程度有效加强,立足顾客需求的探寻为出发点,与顾客喜好相结合,重视自身营销模式的优化、改进、创新,如此才能更好地适应电子营销环境下未来市场运作模式。

参考文献:

- [1] 谢解莲. 电子商务对未来市场营销方式的影响[J]. 商场现代化, 2020, 26(15): 36-38.
- [2] 李成慧. 电子商务对未来市场营销方式的影响探究[J]. 营销界, 2020, 000(15): 190-191.
- [3] 张璐. 电子商务对市场营销方式的影响研究[J]. 纳税, 2019, 13(27): 179+181.
- [4] 孙颖晖. 浅谈电子商务对未来市场营销方式的影响[J]. 现代营销(下旬刊), 2019, 003(01): 58.
- [5] 白云华. 试论电子商务影响我国未来市场营销方式的机制探讨[J]. 电子商务, 2018, 19(04): 41-42.