

大数据背景下企业营销管理创新研究

李 宁

普华永道咨询深圳有限公司北京分公司, 中国·北京 100020

【摘要】大数据背景下, 科学合理的营销管理能够有效推动企业经济的发展, 提高企业效益和员工收入, 从而更好地满足新时期国家建设需要。基于此, 本文围绕大数据背景下企业营销管理创新的必要性以及创新过程中的现存问题展开讨论, 从而提出关于营销管理创新的策略建议, 以期能够引起相关人员的重视, 为优化企业营销管理模式提供帮助。

【关键词】创新; 营销管理; 现代企业; 大数据

引言

营销管理创新已逐渐成为企业建设发展中的重要环节, 对企业运行的效益有着重要影响。尤其是最近这几年, 伴随社会经济的迅速发展转变, 深化改革、创新发展的理念逐渐深入到各企业建设中, 各企业建设发展进程中对营销管理的重视程度增加显著, 因此在大数据背景下创新企业营销管理路径已经逐渐成为很多企业广为关注的热门问题。

1 大数据背景下企业营销管理创新的必要性

从科技前沿发展来说, 企业营销管理创新主要职责是基于大量的经济管理工作内容, 为企业的经营管理、战略决策提供辅助与保障。与传统营销管理相比, 企业营销管理创新更倾向于信息化建设, 释放公司经营管理人才人员的自身潜力, 而非单一的调整公司经营管理人才的工作安排, 且改革创新后的企业营销管理日常工作多为规划性、管理性的内容, 和传统营销管理存在很大不同。

从企业战略发展来说, 互联网时代发展的大数据背景下, 网络技术的应用以及信息资源的共享很大程度上改变了当前我国各企业营销管理工作内部控制环境, 传统的经营管理人员工作缺乏足够的独立性, 无法充分适应现代通信技术、数据库技术等信息技术的发展。在信息化企业营销管理工作的主体职能发生改变的情况下, 网络技术的应用以及信息资源的共享将可以在企业营销管理问题分析方面发挥更大的作用, 因此企业营销信息化建设是现代网络技术普及背景下, 很多财务人员以及国内外许多企业重点关注的问题。

从经营管理人员发展来说, 实现企业营销管理创新, 也能多方面地强化经营管理人员的专业素养, 进而促成其与所在企业的共同发展。在实际的创新过程当中, 经营管理人员应积极学习企业、市场、金融等管理领域的理论知识与工作技能, 接触并掌握信息化的工作技能(如大数据算法应用、预测模型搭建、财务软件操作等), 树立前瞻化、全面化、动态化的工作意识, 以满足大数据背景下的岗位要求和人才需求。

2 大数据背景下企业营销管理创新过程中的现存问题

营销管理在各企业发展建设中发挥着重要的关键作用, 但是纵观我国大部分企业营销管理工作的现状, 在企业营销管理创新过程中, 部分企业对于营销管理信息化建设的运行情况缺乏足够重视, 未能实现对不同岗位协调方案的创新, 导致基础财务和经济管理之间的区分策略无法得到完整的构建, 难以在企业营销管理创新方案的设计过程中, 充分满足信息化技术的创新性应用要求。

从内部管理风险角度分析大数据背景下企业营销管理创新过程中的常见问题, 部分企业对于经营管理人员在风险规避方面的应用局限性缺乏有效的关注, 尤其对于企业发展过程中的各类风险重视与认知存在不足, 导致营销管理创新相关举措存在较大的

局限性, 无法在战略层面形成对企业管理工作精准支持, 也使得营销管理信息化建设过程中, 难以得到有效的协调处理^[1]。

另外, 部分企业在市场化转型过程中对营销管理创新工作的重视不足, 没有对影响市场化转型过程中营销质量的各方面因素加以分析, 导致营销管理工作创新无法得到有效的规划设计, 从而无法满足大数据背景下企业向市场化转型的实际发展需要。尤其是在一些员工队伍规模较大, 且流动性较强的企业集团中, 其管理层人员并没有理解领会营销管理创新的重要性, 从而难以在基层中有效地深化信息化营销管理工作, 在开展营销管理相关工作活动建设中存在非常多的问题, 例如信息化营销管理工作模式僵化陈旧、理论知识可操作性较差等, 非常不利于信息化营销管理工作在各基层员工中的层层落实与创新发展。并且, 在改革营销工作模式时, 并未做好技术人才的引进、培养与储备工作, 没有对技术人员开展专业性的营销培训, 使得营销工作缺乏充足的人才基础, 导致市场化转型质量处于较低水平。除此之外, 未能对当前信息技术运用的精准性加以考察, 在进行营销工作的创新策略探索中难以凸显信息技术的优势, 从而无法优化营销工作改革创新的有效性。

3 大数据背景下企业营销管理创新的策略建议

3.1 建立健全企业营销管理体系

为了有效实现企业营销管理工作的改革创新, 进一步提高国家高新技术、人力资源的综合利用效率。需要把创新企业营销管理模式排在工作第一位, 全面分析企业经营管理人员营销管理能力、各项费用支出等能够影响企业营销管理工作创新有效性的各方面因素, 进一步完善企业营销管理制度, 对营销管理工作流程进行合理规划, 加强对企业营销管理相关规范的解读, 贴近实际深化企业员工创新企业营销管理模式的认知。同时, 需要对创新企业营销管理模式的相关工作执行过程中所带来的多方面影响进行总结, 针对不同类型的经济问题, 按照分类采取不同管理办法, 做好创新性企业营销管理模式调整研究, 确保营销管理模式创新工作落到实处, 建立健全相关评价体系, 进而促成创新企业经济管理模式的相关工作有效落实的研究。另外, 各企业在制定营销管理创新方案时, 千万要注意避免形式主义倾向, 不能只将营销管理创新停留在名义层面, 将营销管理改革创新落实到实际, 根据具体问题具体分析, 以提高企业效益和维护员工的合法劳动权益为目标, 归纳总结出一套较为成熟的营销管理工作模式改革创新方案。

3.2 提高经营管理人员营销管理能力

近年来, 国内各企业一直在把公司做大做强的道路上不断探索前进, 并且一直十分重视自身营销管理情况, 但是在企业营销管理中对于管理模式的创新方面却有所忽视。创新企业营销管理模式离不开经营管理人员的奋斗努力, 因此在改革创新企业营销管理模式过程当中, 需要树立经营管理人员科学化、全面化的营

销管理意识,提升经营管理人员对创新企业营销管理模式的相关工作的重视程度,避免出现经营管理人员个人化主义的思想倾向情况。以此加快推进企业营销管理模式改革创新步伐。应定期开展对企业营销管理相关规范讲座培训,强化经营管理人员创新意识,促使经营管理人员在主观意识上能够意识到创新企业营销管理模式的重要性,从而提高企业运行的效率和员工的收益。另外,一定要加强对各部门岗位职责体系构建情况的研究,并对营销管理创新工作开展过程中所需资源进行总结,使准备性工作得到有效处置,确保营销管理创新工作的总体质量可以得到有效优化。要结合人本理念制定营销管理创新工作的具体策略,使符合互联网新技术运用特征的各类措施能够得到调整优化,更加有效地适应信息时代下企业建设的改良优化需要。

3.3 提升营销成本控制水平

在探索企业营销管理创新路径的过程中,要充分剖析企业自身的财务状况下,对企业运营过程中的成本控制进行分析,使企业经营管理人员可以在实践中提升对营销成本的控制能力。首先,在成本控制相关工作实施过程中,企业经济管理创新的速度会因此受到较大程度的影响,在这种情况下,企业需加强对营销管理团队能力建设情况的关注,使营销管理能够在成本控制能力建设方面具备更加有利的条件。其次,成本控制工作的实施需要加强对企业员工综合能力的考察,对各类成本控制条件加以分析,使满足成本控制能力建设需求的举措能够得到更加合理的设置处理。最后要对企业员工在信息技术实施过程中的情况进行深入研究,确保信息技术能够在明确传统数据分析方法特征的情况下,更好地适应成本数据报告构成和应用需要^[2]。

3.4 加强对各项费用支出的监管

在企业日常建设发展中一定要控制好各项费用的支出,例如人力资源上的成本投入,根据实际操作需要合理的安排每个部门的员工人数,并设立与之对应的工作考评标准,按照工作考评成绩结果给予企业员工表扬或奖励,从而更好地提升企业经营管理人员创新营销管理路径的工作动力。其次,要把握好企业的采购关口,从最基础的环节来避免不必要的成本投入。另外,在创新企业营销管理工作探索实践过程中,要对投资和信贷群体的

财务信息需求情况进行研究,并对相关工作者在获利能力建设方面的举措进行价值分析,使现金流的主体应用价值能够得到更加充分的显现,以此保证创新企业营销管理工作相关理念可以在实践探索中得到优化^[3]。

3.5 深度剖析影响营销管理创新有效性的各方面因素

企业营销管理工作存在特别多细致的小分项,且涉及到的部门以及人员众多,所以在开展相关工作活动时非常容易受到其他因素的影响波动,因此各企业开始制定企业营销管理创新工作方案前,需要对直接或间接影响营销管理创新工作有效性的各方面因素充分加以分析,从而确保营销管理创新工作的相关安排举措能够得到科学、有效的规划设计,以此来满足信息化发展背景下企业整体建设发展的工作需要。对于信息技术培训与开发、绩效考评以及薪酬福利等方面的影响都应该进行充分考虑,例如,想要切实实现营销管理创新工作的有效性,离不开先进、科学的信息技术与信息化营销管理平台,所以必须对信息技术运用所带来的多方面影响进行总结,同时进一步提升信息化营销管理平台的搭建完善性,确保各项数据管理软件有良好的作业环境,使营销管理创新工作策略的制定价值得到凸显,并且使信息技术在营销管理工作中得到有效发挥^[4]。

结束语:综上所述,企业营销管理路径创新在我国企业的整体建设发展中发挥了重要作用,因此必须正视在大数据背景下创新企业营销管理模式的重要性,建立健全企业营销管理体系,提高经营管理人员营销管理能力,提升营销管理成本控制水平,加强对各项费用支出的监管,使我国企业营销管理模式创新的有效性可以借此得到理想化的优化效果。

参考文献:

- [1]张元勋.大数据背景下企业营销管理创新策略研究[J].营销界,2021(31):32-33.
- [2]秦惜梦.大数据背景下企业营销管理创新探究[J].科技经济市场,2021(04):107+150.
- [3]胡大见.大数据背景下企业营销管理创新探讨[J].现代营销(下旬刊),2020(12):70-71.
- [4]陈通.大数据背景下企业营销管理创新方法探索[J].营销界,2020(43):7-8.