

# 电商时代的国际贸易营销思路及策略

刘志兰

临沂大学, 中国·山东 临沂 276000  
菲律宾克里斯汀大学国际学院, 菲律宾·马尼拉市 0900

**【摘要】**在大数据快速发展背景下, 信息技术日益完善, 给电子商务发展提供很大动力, 成为经济贸易的主要形式, 在未来社会发展中获取诸多发展空间和挑战。由于当前处于电子商务背景下, 将传统贸易和网络贸易相结合, 真实处理现实贸易问题, 保证国际效益销售思路和策略逐渐明确化。所以, 首先探讨电子时代国际贸易实际情况, 深层研讨国际贸易营销思路和策略, 为国际贸易未来发展获取实际保障。

**【关键词】**电商时代; 国际贸易; 营销思路; 策略

## 1 电商时代国际贸易市场环境现状

### 1.1 自然环境

由于我国发展速度逐渐提升, 经济也在不断进步, 从而在经济建设和自然社会之间出现很多问题, 带动我国经济在发展中起到关键作用。随着国家经济快速提升和变化, 对土地、海洋、矿产等资源造成很大程度缺失, 阻碍国家企业经济发展进度缓慢。因为电子商务营销的出现推动国际贸易迎来了崭新时代, 促进国家相互间贸易逐渐沿着无污染方向进步, 确保每个经营工序都会改善产业构造, 防止因贸易对环境造成影响<sup>[1]</sup>。

### 1.2 政治环境

世界经济的迅速发展迎来电商时代, 对世界经济贸易政治环境有了新的变化, 我国在世界经济贸易市场中会占据一定地位。

在国家经济贸易市场中, 货币会对营销模式、资本增减、储备经营水平等产生很多影响。在这种情况下, 我国必须严格抓住电子商务的机遇, 在保持经济体制改动发展方向上, 为企业建设发展电子商务营销的机会。加强扩张销售渠道和方式, 有助于我国经济贸易市场沿着国际市场发展。

### 1.3 经济社会环境

随着社会发展迅速进步, 我国经济水平有了明显提高, 积极调整和处理国民问题。在国际贸易市场中, 我国很多人口在实际中发挥一定价值和作用, 在任何贸易情况下, 我国有着很大消费市场, 并在世界中占据一定地位。

### 1.4 信息化环境

随着我国科学技术一直保持加强状态, 互联网在发展中为电子商务营销方式在我国扩大获取诸多要求。互联网带动大多数企业经营形式出现大幅度调整和变动, 从而关乎经营策略, 造成实质性影响。在当前社会发展背景下, 智能电子设备已经实现广泛使用, 极大扩充消费者购买方式, 促进社会消费在国民日常生活中占据有利地位。

对于现代快速的精密性电路、云储存、4G技术、5G技术为应用者提供更多贸易渠道, 并且在人们生活环境中不断提升。企业可以通过当前拥有的先进技术, 将现代贸易理念和电子贸易相结合, 为企业经济贸易稳定奠定基础保障<sup>[2]</sup>。

## 2 电商时代的国际贸易营销策略

### 2.1 管控国际经济和贸易数据

企业在进行经营过程中, 必须时刻注重自身内部数据, 要求工作人员广泛搜集营销数据和流程, 定期调整和优化企业信息管理系统, 有效体现出国际贸易数据价值和作用, 同时将新旧数据结合和保管, 以便有关部门在查找资源获取便利, 有助于企业决策人员能够得到完整资料, 从而做出明确营销决策。当企业正式进行经营过程中, 及时分类和整合数据库, 尽快收集出有关市场需求的资料, 更好区分和研究企业经营氛围和情况, 确保所有部门工作人员都能融入经营项目中, 保障数据共享性实现应有效果。

### 2.2 加强研发新产品

针对发展企业而言, 为了确保工作质量和效率, 带动每个企业相互间保持协助关系, 激发工作人员热情和积极性, 同时工作人员在进行服务工作时, 必须采取针对性服务方式, 沿着企业正确经营方向进步。在进行管理过程中, 可以根据顾客需求制定合适定位体系, 保证企业和顾客关系更加融洽, 防止出现矛盾, 还能通过完整的顾客经营制度, 为顾客提供明确服务, 利用这种应用模式提高顾客信任度和紧密性, 加大改善自身业务能力。积极参与有关培训, 体现出企业经营工作价值。与此同时, 在对企业产品进行创建过程中, 需要真实研究和分析产品实际情况, 及时找出问题原因, 扩大经营活动形式, 并与应用者和产品保持融洽关系, 让消费者更加信任和肯定。

### 2.3 强化网络营销的可靠性

管理者必须强化提升网络营销认知能力, 意识到互联网对营销的重要性, 借助网络渠道特点和优势, 为消费者购买产品提供便利。电商企业还需关注和培养创新人才, 注重产品研发和创新, 利用电商优势, 实现大规模满足国际营销需求。所以, 将信息技术作为企业发展方向, 积极提高职工综合素质, 结合自身发展情况制定针对性产品营销模式和策略, 强化网络营销策略可靠性<sup>[3]</sup>。

### 2.4 创新营销模式

电子商务贸易营销模式利用信息技术发展逐渐沿着信息化、科学化方向迈进。电子营销是借助网络平台创建贸易新渠道, 通过互联网对相关数据进行传输, 融入到人们生活各方面, 获取很多商业机遇, 为企业贸易发展迎来新的挑战。

### 2.5 调整运作机制

电子商务贸易在以往国际贸易中不具有充足沟通工作, 只能通过网络平台进行沟通和交易, 不存在稳定性和可视性。对于这种情况现代电子商务贸易经营机制有了明显调整和改进, 在原有贸易机制基础上进行创新, 将市场数据实现可视化、统一化, 带动双方沟通和数据信息更加真实、可靠, 为电子商务贸易安全奠定有利基础。

## 3 总结

在大数据快速变动背景下, 国际贸易的营销方式是现代贸易市场环境和沟通平台的关键措施, 根据电商时代的国际贸易特点科学制定针对性解决方案, 时刻紧抓电商时代出现的机遇, 利用丰富先进营销理念和管理经验, 推动国际贸易沿着先进化、科学化方向进步。

### 参考文献:

- [1] 刘国芳. 电商时代的国际贸易营销思路及策略[J]. 商业经济, 2018(04): 98-99.
- [2] 罗扬. 我国跨境电子商务企业出口营销策略研究[D]. 吉林大学, 2017.
- [3] 杨伟. 扬州ZLD公司展览展示器材国际营销策略优化研究[D]. 扬州大学, 2019.