

大数据背景下电子商务营销管理的优化策略

王 卓

(防城港职业技术学院, 广西 防城港 538001)

摘要: 随着信息技术的发展与进步, 大数据时代如约而至。

大数据针对用户的信息进行了完全的采集与分析, 为不同行业的发展提供了帮助。对于当代电子商务营销管理也有巨大的帮助, 电子商务作为当今时代最主要的商务贸易形式之一, 大数据的灵活应用给电子商务带来了巨大的便利。本文就大数据背景下电子商务营销管理的优化策略进行了简单的探究。

关键词: 电子商务; 营销管理; 优化策略

大数据是一种大规模收集、存储、管理和分析数据的技术, 通过大数据技术的使用能够迅速将大规模的信息进行处理, 对于当代电子商务营销来说有着重要意义。电子商务将传统贸易与信息技术结合, 实现了远距离零接触购物, 但是这也就使得用户的需求不甚明朗, 电子商务也不同于以往传统商业, 营销模式不能采取相同的方式, 而大数据应运而生为电子商务提供了新的营销渠道和获取用户信息的方式, 为电子商务的发展提供了有力的支援。

一、电子商务概述

电子商务是运用信息技术手段将商业贸易活动通过网络实现盈利目的的活动, 随着信息技术的的发展, 电子商务规模的拓展也日益增加, 通过电子商务手段客户与企业之间、企业与企业之间实现了信息共享, 无论是客户与企业之间的商贸活动还是企业与企业之间的交流合作都变得简单快捷, 电子商务模式以及内容得到大范围拓展。

电子商务依托于网络信息技术, 基于客户端/服务端应用方式, 买卖双方无须见面会谈就能达成合意, 通过线上直接支付或者第三方支付的方式就能达成生物活动、交易活动和金融活动。电子商务的发展缩短了时间和空间的距离, 使得商务贸易能够轻松通过线上沟通交流达成, 这不仅仅提升了商务贸易的效率, 而且为国家经济基础的蓬勃发展提供了基础。无论是国际性平台 Amazon 还是国内流行的淘宝、京东、拼多多等平台都是电子商务的一种体现, 通过电子商务的运行贸易信息的交流与共享就能得以实现。

而大数据技术就是当今电子商务发展下出现的概念, 随着互联网信息的增加和范围的扩大, 电子商务的发展越来越以人为主, 强调人的价值。无论是电子商务的贸易环节还是营销、推广环节, 人的需求是始终摆在第一位的, 而这就是电子商务中应用大数据的意义。大数据将信息进行了整合、存储、管理和分析, 通过信息的分类提取有效信息, 再结合广泛的数据原型实现分析和认知。

通过大数据与电子商务营销管理结合, 就能根据人们的需求和偏好进行针对性地营销。营销本身就是一种结合人类心理学、金融商贸和信息共享的技术, 通过大数据分析企业和用户需求, 就能进行合理地产品开发和产品推广; 根据针对性地大数据推送, 就能实现某种产品、某种品牌的影响力进一步扩大。在信息爆炸的网络时代, 电子商务营销必须基于大数据对用户、市场、企业等多种因素进行分析, 将分析结果和推广策划结合, 从而实现电子商务中的营销策略。

二、电子商务发展现状

在信息高速发展的现代, 电子商务的兴起是时代的要求, 是顺应时代的潮流。我国商品贸易企业也迅速跟进时代进行了电子商务建设, 但是尚且存在很多问题。目前我国电子商务企业除部分龙头企业之外大部分规模较小, 大数据分析整合水平也不行。现代我国电子商务企业以阿里集团、京东、拼多多等企业为主, 除此之外的企业规模和影响力都不足, 这对于企业和社会的发展进步来说是不够的, 龙头企业的兴起与之而来的就是市场的垄断, 这对于活化市场经济提升社会经济发展是很不利的。对于造成这种情况的原因一方面是龙头企业在早起迅速占领市场, 一方面是如今的新兴企业不能有效抓住用户的需求, 与传统电子商务企业相比拥有的信息量太少, 营销策略不够创新, 产出产品也不足以在这个丰富多样化的市场占据人们视野。

随着社会的进步和信息技术的发展, 现代社会经济结构发生了巨大的变化, 这些变化对于电子商务企业来说是机遇也是挑战, 能否抓住机会进行营销管理是现代企业面临的重大问题。当然, 电子商务企业发展也会受到很多因素的发展, 企业如果营销策略单一或者营销策略不能迎合用户, 那么就难以实现自身的长远发展。而且现代电子商务企业往往缺乏互相的交流与合作, 同行之间交流过少, 企业发展出现严重的差异性, 这反而可能导致企业之间的恶性竞争。

大数据能为电子商务企业提供更加精准的信息, 让企业能够在发展的过程中结合技术的发展实现自身的价值, 通过融合大数据信息就能管理营销方案, 制定迎合市场的营销策略, 就能进一步实现企业的发展越进步。

随着信息技术的发展, 企业之间的竞争已经越来越多是信息的竞争, 企业中掌握更多信息, 能够更快分析和整合信息才会精准狙击用户的使用需求, 才能最大化地实现营销管理。所以当代电子商务营销管理就必须和大数据结合在一起, 通过对信息进行

分析实现营销,进而提前占据市场,实现企业的发展。

三、大数据背景下电子商务营销管理的优化策略

(一) 建立完善的大数据营销管理系统

现代电子商务企业模式的扩大,电子商务企业需要更多地收集信息针对用户的需求和用户的偏好进行预测,从而推广适合市场的产品。这也就要求企业必须具有完善的大数据营销管理系统。通过构建大数据营销管理系统企业就能获取和存储用户相关的信息,结合地域、用户心理、心理因素进行营销管理。

营销管理的第一步就是针对现实问题进行整合,分析市场和需求构建营销策划。构建完善的大数据营销管理系统就能在各个方面进行信息收集分析,企业就能制定合适的营销策略和营销方案,进而实现大数据在市场营销管理方面的应用,提升企业的竞争力。

电子商务企业可以循序渐进地构建完善的大数据营销管理系统,营销的本质就是抓住和挖掘用户的需求,所以电子商务企业建立大数据营销管理系统就是要围绕信息采集和信息分享构建完善的营销管理系统。诸如阿里巴巴旗下的淘宝会根据用户的搜索关键词推送有关的商品,淘宝会结合用户的购买习惯、偏好综合性地进行分析推送用户可能会感兴趣的商品,这就是大数据的应用场景之一,通过大数据收集整理用户信息就会对用户针对性地进行营销,就能增加商品卖出去的几率。

除此之外,国内大部分互联网公司会进行数据共享,通过用户的授权,在某个平台进行的搜索信息就会共享到与之签订协议的其他公司。通过互相之间的信息共享,不同平台和企业就能对用户进行迎合喜好的营销,用户消费的几率就会大大增加。

(二) 优化电子商务信用评级系统

随着信息技术的发展为企业提供了良好的沟通贸易平台,很多企业都参与进了电子商务平台的构建之中,而电子商务企业的爆发也带来一个问题——电子商务企业信用难以保障。

电子商务的兴起使得贸易不再需要面对面进行,但是这就给了很多不良企业背后动手脚的机会,在没有保障的前提下最后的损失就会由用户承担,这无疑是非常不利于整个电子商务行业发展的,更不用说电子商务企业的营销管理,那就更难以实现。所以当下之急是建立完善的电子商务信用评级系统,而且电子商务的信用评级会影响整个企业的信用程度,会让用户在消费的时候有所选择,而不是单纯地被企业营销所欺骗。信用评级制度的建立还能帮助企业以“口碑”为卖点进行营销,在获取利益的基础上最大程度保障消费者的权益,提升企业的知名度。

在当今电子商务相关企业中,大部分平台都会为商铺设置评分系统,用户根据自己的真实体验对商户的商品质量、性价比和物流等进行评估,但是现代大部分平台的评价系统并不是完善。一个优秀的电子商务信用评级系统不仅仅需要平台对商户进行评

定,还需要对平台本身进行评定,平台是消费者的最后保障,平台出台的措施、制度是保障消费者权利的最重要部分,所以用户也应该对平台进行评定,根据评定企业就能完善自身的管理机制和营销机制。只有通过完善的评级制度用户本身的权利才能得到保障,像是一些虚假宣传或是过分扩大的营销策略终将会被市场淘汰,能够真正迎合消费者需求保障消费者权益的企业才是最终能够存活发展的企业。

(三) 优化电子商务营销管理人才培养机制

随着电子商务规模的拓展,现代电子商务营销管理出现一个严重的问题就是人才的不足。电子商务的发展在近近年来逐渐增长,企业就越来越需要更多的人才实现自身的发展,电子商务企业应该加强企业优秀人才的引进,也要对进入企业的新人进行有序地引导让新人能够迅速适应企业的发展。企业要加大人才培养力度,在大数据盛行的当下要构建有效的人才培养系统培养大数据人才,为企业的发展添砖加瓦。当今社会是人才竞争的社会,只有不断引入新的人才,才能顺应时代发展的脚步才能不断创新企业的营销策略和管理策略,才能为企业注入新动力。

当前企业可以通过人才招聘活动吸引国内外优秀人才加入企业,提升企业的软实力,企业也要针对人才的实践能力进行培训,让企业文化能够深入员工心中。同时政府也要加大高校的电子信息技术专业的扶持力度,依托高校资源培养面向社会的高水平人才,让高校能够培养更多的人才为国家和企业做贡献。

人才是企业发展和进步的源泉,只有将高素质人才与企业发展相结合才能促进企业更好的发展,尤其是大数据时代的到来使得大数据人在企业中越来越占有更加重要的地位,企业和高校都要加大对大数据人才的培养力度。

四、结语

在大数据成为电子商务的生命线的今天,电子商务的营销管理必须从大数据信息出发,建立完善的大数据营销管理系统、优化电子商务信用评级系统、优化电子商务营销管理人才培养机制,提升电子商务企业的大数据水平是优化整个电子商务行业营销管理的必要条件,是顺应时代发展潮流的提升电子商务企业水平的有效途径。

参考文献:

- [1] 安静.大数据背景下电子商务的营销管理优化策略分析[J].营销界,2021(07):142-143.
- [2] 林益敏.大数据背景下电子商务营销管理的优化策略探讨研究[J].现代营销(下旬刊),2020(12):268-269.
- [3] 李敏.基于大数据背景下电子商务营销管理的优化策略略谈[J].现代营销(经营版),2020(11):116-117.
- [4] 吴毅强.大数据背景下电子商务营销管理的优化策略探讨[J].投资与合作,2020(07):100-102.