

# 数字经济环境下企业营销策略创新研究

谭坤元

(广东工商职业技术大学 广东肇庆 506020)

**摘要:** 随着互联网技术、大数据和云计算技术的发展,数字经济时代已经到来,而以数字化技术为基础的互联网营销也已经成为企业营销活动中不可缺少的组成部分。本文以数字经济为背景,对我国企业在数字经济环境下进行营销活动进行研究,探索适合我国企业发展的创新途径。在数字经济背景下,企业要想获得更多的发展空间,必须要对自身营销策略进行创新。本文阐述了数字经济的概念和特征,分析了企业营销策略的基本内容,探讨了数字经济环境下企业营销策略创新的意义,提出了企业营销策略创新的具体措施。

**关键词:** 数字经济、企业、营销策略、创新

## 一、数字经济的概念和特征

数字经济是以数字技术为核心,以网络和数字化信息为基础的经济活动,其核心是网络化和数字化,这也是数字经济与传统经济最大的区别。传统经济是以实体经济为基础,通过大量的生产要素投入,实现经济效益最大化,而数字经济则是通过数据收集和处理等手段,实现经济效益最大化。

数字经济具有以下几个方面的特征:第一,数字经济可以实现信息和知识的共享。信息和知识都是数字经济中最重要的资源,而共享则可以打破传统企业与用户之间存在的信息不对称现象。第二,数字经济能够对数据进行采集、分析和利用。传统企业在生产过程中会产生大量的数据,但这些数据只能作为企业管理的参考依据,并不能直接应用于企业经营活动中。而数字经济则可以对这些数据进行收集、整理、分析和利用,从而为企业的决策提供依据。第三,数字经济能够实现资源的优化配置。传统企业在经营过程中往往是通过人工操作来实现资源配置的优化,而数字经济则可以通过软件和网络技术实现资源配置的自动化和智能化。第四,数字经济可以推动产业结构优化升级。传统企业往往通过自身经验来实现产业结构的优化升级,而在数字经济背景下则可以通过运用大数据和云计算技术来实现产业结构的优化升级。

## 二、企业营销策略的基本内容

营销是企业生存和发展的重要手段,是企业生存发展的基本内容。在市场经济体制下,市场竞争日趋激烈,市场上的产品数量多、种类全,企业要想在众多竞争者中脱颖而出,就必须要有良好的营销策略。企业营销策略包括三个方面的内容:产品策略。企业只有生产出适销对路的产品才能获得良好的经济效益,实现自身可持续

发展。企业只有不断创新、改进产品,才能满足市场需求。因此,企业要不断加强对产品研发工作的投入,及时把握市场需求变化趋势。在市场经济体制下,价格是企业竞争中非常重要的组成部分,是市场主体与客户进行商品交易时最重要的参考依据。企业要制定出科学合理、符合市场行情的价格策略,不断提高企业经济效益。渠道是指在销售商品时与客户进行商品交易时所使用的销售渠道。渠道策略主要包括两种类型:一是企业直接面向客户的渠道策略;二是企业在中间商销售产品时所使用的渠道策略。在市场经济体制下,市场竞争日趋激烈,只有通过不断创新营销策略来提高自身竞争优势才能获得更好地发展前景。在数字经济环境下,企业只有通过不断创新营销策略来吸引客户、扩大市场份额、提高经济效益,才能在竞争激烈的市场中占据一席之地。

## 三、创新意义

数字经济发展的必然趋势。随着信息技术的发展,我国已经进入了数字经济时代。在数字经济环境下,企业只有进行营销策略创新才能满足消费者的需求,才能获得更多的市场份额,才能提升企业在市场上的竞争力。只有对营销策略进行创新,企业才能在激烈的市场竞争中站稳脚跟,才能获得更多的发展机会。数字经济时代的来临。在数字经济背景下,市场竞争越来越激烈,消费者需求也变得多样化和个性化。因此,企业只有对营销策略进行创新,才能满足消费者日益增长的需求,满足市场需求才是企业在激烈市场竞争中脱颖而出关键所在。有利于我国经济结构优化。在数字经济时代下,企业只有对营销策略进行创新,才能使企业获得更多的发展机会和发展空间,使企业能够获得更好的经济效益和社会效益。

## 四、营销策略创新的具体措施

结合新时代企业发展特点,更新营销策略。企业在数字经济时代要想获得更多的发展空间,必须要紧跟时代的发展潮流,对自身的营销策略进行创新。首先,企业要结合自身实际情况,更新自身的营销策略。其次,企业要充分了解消费者的需求和意愿,通过大数据分析来制定相应的营销策略。再次,企业要将数字经济作为经营理念,利用网络平台宣传和推广产品,吸引消费者的关注。最后,企业要运用大数据技术分析消费者需求的变化情况,根据消费者需求制定相应的营销策略。

利用大数据技术开展精准营销。随着数字经济时代的到来和互联网技术的不断发展,企业要想实现精准营销就必须对自身产品和服务进行创新。在进行产品创新时,首先要对产品进行合理定位,分析目标市场对产品的需求情况和消费者的年龄、性别等特征。其次,企业可以通过大数据技术对目标市场进行细分,然后结合产品特点 and 消费者需求来确定适合目标市场的产品种类和数量。最后,企业可以通过大数据分析来确定目标市场对产品定价和销售策略等方面提出的要求,以此来确定最终目标市场。

加强市场调研与预测。数字经济时代是一个全新的时代,也是一个充满机遇和挑战的时代。企业想要实现精准营销就必须要加强市场调研与预测工作。首先,企业要通过消费者对需求进行分析和预测来确定产品的种类和数量;其次,企业要结合消费者需求制定相应的营销策略;最后,企业还可以通过大数据技术对销售情况进行预测分析。

#### 五、在数字经济背景下开展营销活动应注意的问题

首先,企业需要重视数据的安全和隐私保护。在数字经济中,数据是企业的核心资产,但同时也容易被滥用。企业需要建立健全的数据安全管理制度,保护用户数据的安全,同时遵守相关法律法规,尊重用户的隐私权。其次,企业需要关注数字鸿沟问题。虽然数字经济带来了便利,但同时也加剧了数字鸿沟,使得一部分人群无法享受到数字经济带来的好处。企业需要采取措施,提高数字技术的普及率,让更多人受益于数字经济。再次,企业需要关注数字经济的公平性问题。数字经济可能会导致市场垄断,影响市场的公平竞争。企业需要关注这一问题,避免通过不正当手段获取竞争优势。此外,企业还需要关注数字经济的可持续性问题。在追求经济效益的同时,企业需要考虑到其对环境和社会的影响,实现经济、社会和环境的可持续发展。最后,企业需要关注数字经济的法律法

规。随着数字经济的发展,相关的法律法规也在不断更新和完善。企业需要关注这些法律法规的变化,确保自身的经营活动合法合规。

总的来说,企业在数字经济背景下开展营销活动,需要关注数据安全、数字鸿沟、公平性、可持续性和法律法规等问题。只有这样,企业才能在数字经济的环境中实现可持续发展。

#### 六、结语和未来发展方向

在本文中,我们探讨了数字经济的概念和特征,以及企业营销策略的基本内容。我们强调了营销策略创新在数字经济环境下的重要性,并提出了一些具体的创新措施。我们还讨论了在数字经济背景下开展营销活动应注意的问题。总的来说,数字经济为企业营销策略创新提供了巨大的机遇,但同时也带来了挑战。企业需要紧密关注市场变化,不断调整和优化营销策略,以适应数字经济的发展。

未来随着科技的不断进步和互联网的普及,数字经济将继续深入发展。企业营销策略创新将面临更多的机遇和挑战。以下是未来企业营销策略创新的可能发展方向:数据驱动的营销策略,随着大数据技术的发展,企业将能够更精确地了解客户需求和行为。这将使得数据驱动的营销策略成为未来企业营销的重要方向。企业需要利用大数据技术,分析客户数据,制定更有针对性的营销策略。个性化和定制化服务,数字经济环境下,消费者对于个性化和定制化服务的需求日益增强。企业需要不断创新营销策略,提供更加个性化和定制化的服务,以满足消费者的需求。跨界合作,在数字经济环境下,企业需要寻求跨界合作的机会,以实现资源共享和互补。这将有助于企业在竞争中保持优势地位。社交媒体的普及使得社交电商成为企业营销的新兴领域。企业需要利用社交媒体平台,开展线上线下相结合的营销活动,提高品牌知名度和市场份额。可持续发展的营销策略,随着人们对环境保护意识的提高,企业需要关注可持续发展问题,将环保理念融入营销策略中。这将有助于企业在竞争中取得优势地位,同时也有利于社会的可持续发展。

#### 参考文献:

- [1]杨雯惠.数字经济背景下企业营销策略的创新研究[J].商场现代化,2023(08):42-44.
- [2]黄嫵.数字经济环境下企业营销策略创新研究[J].商场现代化,2022(22):34-36.
- [3]修杰.数字经济背景下传统制造企业差异化营销策略分析[J].全国流通经济,2023(15):92-95.