

大数据背景下企业电子商务运营探索

凌荣明

南法高科技发展(浙江)有限公司 浙江 杭州 310000

摘要: 目前,电子商务在我国经济发展中发挥着重要作用,这也要求采用多样化和多元化的手段来促进电子商务快速发展。本文以大数据技术为基础,探讨和分析电子商务的发展策略,希望能够有效推动电子商务快速发展。

关键词: 大数据; 电子商务; 运营

引言

大数据的兴起,对任何一家企业而言都是一项重要的财富,紧跟着大数据时代的浪潮,可以使企业在竞争中获得巨大成功。将公司内部所搜集到的大数据资源加以梳理和分类,充分利用这些大数据资源,将会给公司创造出更大的经济价值。进行电子商务精准营销的第一步便是获取目标用户的相关数据,掌握目标消费者的属性才能进行精确营销。在大数据时代,企业营销将会很大程度上依靠数据分析。而电子商务网站可以利用后台所记载的资料数据挖掘用户的信息和需求,从而改变自己的市场营销方向,使发展前途更光明。

1 大数据与电子商务概念

1.1 大数据技术

随着大数据时代的到来,海量数据高效分析成为了重点与难点。而大数据技术在数据分析中的应用是时代发展的必然趋势,大数据技术借助计算机计算功能,对大量数据信息进行分析、计算、总结,在整个过程中突出了大数据技术全面性、系统化、范围广、数据多等特点,揭示信息间有着密切的联系,因而研究价值较高。大数据分析能够帮助各行各业预测数据,了解市场动态变化。目前市场体系日益完善,对于大数据技术的数据分析工作提出了更高要求,也使得大数据技术在市场数据整合方面的优势更加突出。另外,大数据技术的运行方式、价值体现较为特殊,大数据可供政策相关部门作为宏观调控的重要参考依据。政府部门借助大数据技术能够对当前社会发展、市场、行业问题、矛盾进行分析,收集、整理、归纳群众意见,进而改进策略,制定具有较强操作性的发展策略。

1.2 电子商务

电子商务是企业 and 利益相关方借助网络平台完成交易活动的形式,主要以网络平台作为交易的渠道,买方、卖方不需要面谈交流便能够将整个交易过程完成。此方式操作简单,而且效率高。节约买方、卖方时间,

无须投入太多精力便能够达成双方意愿,而且信息传递速度快,管理方便快捷。此经营模式打破了时间、空间的局限性,为企业发展带来了较大的机遇,加快了我国经济全球化发展的步伐。借助电子商务经营模式,企业在资金、技术手段、人力成本方面都能得到有效改善,因而可大幅度提高企业的市场竞争力。

2 大数据分析下的电子商务发展

2.1 大数据分析在电子商务中应用的一般模式

目前,互联网的信息数量增速极快,而且体量庞大,总体上呈现出爆炸式增长的特征,这个过程中也出现了越来越多的电商平台。消费者很难在较短的时间内在某一电商平台上选择出自己所青睐的商品。而运用大数据分析,电子商务平台则能够深度挖掘相关数据,细分产品大类,促使消费者能够根据自己的实际需要,通过搜索来快速匹配所要购买的商品。同时消费者的购物行为也会被电子商务平台有效记录,进而根据消费者购物数据形成用户画像,经过一段时间后会向消费者推送相关商品。

2.2 电子商务在大数据分析应用下所带来的机遇

当下,我国已经步入了大数据时代,电子商务平台在竞争过程中除了重视人才之外,也把大数据作为竞争的重要关键。消费者在大数据时代被划分为多样化和多元化的群体。应对这些群体,平台甚至为每一个个体构建起具有针对性和全面性的用户画像,并基于用户画像提供精准化和个性化的服务。总而言之,电子商务平台通过对消费者的用户画像进行分析,能够对其消费行为和消费方式进行有效把握。运用大数据分析,可以向消费者提供更加精准化和个性化的推广和广告,强化用户的黏性,提高服务的针对性和有效性。新零售已经成为电子商务突破平台和瓶颈的重要手段,绝大部分电商平台都致力于通过构建新零售模式,运用大数据分析的方法,来强化电商平台的数据应用效果。电子商务企业在发展过程中离不开数据这一项重要资源。在未来电商的

竞争必将是规模化的竞争，这也就要求电子商务企业需要重视数据所能带来的经济效益和社会效益。目前电子商务在经营活动过程中所产生的数据规模十分庞大，其信息数量和种类也呈现出多种多样的特征，这对于消费者来说，过量的信息总会出现选择困难情况，应用大数据则能有效解决信息过量的情况，还能根据消费者不同的喜好和需求来推送具有经济价值的商品，强化销售效果。总的来说，通过应用大数据分析能够保障类似于东京、淘宝这类电商平台更有效地对现有市场领域进行垂直细分，不断挖掘其中具有较强价值的信息，以此对未来市场的发展走向进行预测，向消费者提供精准化、高效化的营销，优化现有的管理模式等。

2.3 大数据分析给电子商务发展带来的挑战

电子商务平台通过运用大数据分析能够更好地找到潜在性的消费者，同时也可以运用大数据来进行流量变现，能够获得更多的经济利润。但是电商平台也存在着大数据杀熟的情况，并成为消费者关注的重点。电商平台通过大数据杀熟的方式获得更多的利润，但这一方式牺牲了消费者的知情权和公平交易权。而且目前对于这方面的管理规定并不完善，企业所需要承担的违法成本并不高，被发现的可能性也并不高。这也导致部分电商平台仍然采用大数据杀熟的形式来侵犯消费者的合法权益。未来，我国对电子商务方面的监管力度也将持续加大，这也要求电子商务平台需要更加关注自身的发展质量。

3 现阶段电子商务存在的问题

3.1 管理模式单一且落后

电子商务对信息技术的依赖性较强，是一种新型经营模式，传统管理方式难以满足电子商务企业运营和管理的需求，不利于电子商务企业工作模式的创新和改进，给企业经营运转带来了诸多隐患。新时期下的市场环境变幻莫测，如果企业在管理方面存在诸多漏洞，一旦发生突发情况，就很有可能给企业带来致命打击。因此，高素质、掌握几门外语沟通能力且能够熟练使用互联网技术的人才推动电商健康发展的中坚力量。目前，电商企业虽然仅有短短几年的发展历程，但该行业发展势头迅猛，各种类型的跨境电商企业如雨后春笋般，加剧了人才缺口，而人才的培养不可能一蹴而就，需要一个漫长的过程，再加上招聘门槛比较高，导致人才紧缺，对电子商务企业发展造成了严重的阻碍。此外，产品同质化严重是跨国电子商务企业经营管理过程中普遍存在的问题，物美价廉及实用性高，是广大消费者的消费观。在国际贸易中，为了吸引广大消费者的关注，许多跨境电商企业打起了价格战，忽视了产品

的创新，商品之间的同质化非常严重，缺少特色和个性，导致产品根本不具备竞争力，很容易被其他商品取代。如果以价格优势占领市场，而不是以个性、特色吸引消费者，那么造成的后果就是企业的利润空间越来越小，企业的发展空间也就越来越小。

3.2 电子商务成本的问题

很多人以为电子商务成本低，事实上，电子商务的成本并不比门店低，甚至更高。以京东、天猫为例，其中不仅仅有平台扣点、物流、二次包装、税费、破损，还有庞大的流量成本、人员支出。线下门店可以依赖于环境优势下的自然客流，而电商的访客与流量需要购买引流、广告投入，有很多商家的利润并不能支撑流量投放。所以从综合成本来说，电商高于门店，其唯一的优势就是地域覆盖广，消费时间更灵活。基于高成本，没有哪个专业电商公司愿意压低甚至倒挂利润去做促销。

3.3 企业营销人员缺乏信息整合能力

在当今的网络营销中，企业需要具备一定的信息整合能力，只有将信息整合起来，企业才能实现良好的沟通与交流。目前，我国许多企业并没有对信息整合工作进行重视，所以大部分企业的销售人员对于所需信息没有及时进行处理，进而导致销售部门信息不能得到有效利用。另外，部分营销人员由于自身缺乏营销理念支撑，导致其对营销模式、客户关系管理等方面较为被动，导致客户对企业信息了解不多，因此导致营销效果不佳。而这些企业对于营销人员个人素质要求较高，所以对于这类营销人员来说就必须要提高自身素质水平，只有具备了较强信息整合能力才能为企业营销活动创造更好的效果。

4 大数据视角下电子商务企业管理模式的构建策略

4.1 构建科学完善的大数据服务平台

我国相关政府部门需对跨境电商企业的发展特点及趋势进行深入研究和分析，利用大数据技术优势，构建符合电商企业发展需求的信息化管理平台，加大管理和监督力度，确保电商企业规范化、有序化发展。第一，构建与企业发展相符的跨境电子商务综合服务平台。要保证该平台功能的多样化，目的是为电商企业的经营和管理提供更多便利条件，为跨境电子商务企业发展提供更多便利，为企业节省更多经营成本。第二，以大数据技术为基准，建立“海外仓库”。一来有助于降低跨国电子商务企业的运输成本；二来可以有效提升跨境电子商务企业订货效率和提货速度。同时，利用大数据技术，深入分析和研究跨境当地的经济结构及消费情况，在此基础上，搭建科学合理且完善的在线网络电子服务

系统。对跨境电子商务企业而言,构建以大数据技术为基础的跨境电子商务服务平台,一方面,可以对产品物流信息状态进行实时化、动态化管理和控制;另一方面,有效节约各项投入成本,以实现企业经济效益和社会效益的更大化。

4.2 包容审慎对待电子商务新主体

电子商务想要实现可持续发展,关键在于要坚持开拓创新全新的发展模式,进而创造出全新的市场主体。不过传统法规的不完善,造成这些新模式无法可依。采用以往的行业准入标准和管理理念去衡量新主体,会严重限制新经济的发展。作为规模最为完善的新主体,第三方电子商务平台不但可给电子商务提供服务项目,同时还可以对平台起到监管的作用。第三方平台容纳了商品交易的所有信息,并有资格对各种制度进行制定,所以其决定着电子商务能否顺利开展。为此如何定位第三方平台和对其划分权责就成为一项重要工作。为此,商务部要和相关部门依据《电子商务法》,打造符合新主体建设的法律法规。根据新主体的具体要求,以法律法规、市场行情、税收政策等为切入点,扫除发展过程中所有可能面临的阻碍,进而创建出最为合理的政策。开展负面清单管理,以为电子商务新主体的发展提供一个良好的环境。

4.3 重视专业人才的培养

人才是企业发展的关键。中小企业应用电子商务需要专业人才支持,因此企业必须注重提高相关人才的专业素养,建立高质量人才队伍。首先在人才的引进上,应该积极地拓展招聘渠道。与大型企业相比,中小企

业的知名度较低,很多电商人才不愿意进入到中小企业中,或者有些人才不知道相关企业的存在。基于此,中小企业应该善于利用线上线下资源进行电商人才招聘,如在智联、58等发布招聘信息。同时还要提高电商人才的福利待遇,确保能够将人才引进来,并且留得下。其次在人才的培训上,企业应该加强培训,提高企业相关人才的专业素养。开展电子商务,需要网络技术员、电商运营人员等,企业应该结合岗位实际,对相关工作人员展开针对性培训,让相关工作人员具备现代化的电商理念和电商运营和维护方法,推动企业电子商务发展。

结语

电子商务是网络技术快速发展的产物,他的出现不仅改变了传统的门店销售模式,并且为消费者提供了更多的选择空间。在大数据背景下,电商企业要充分认识大数据技术对企业发展的作用,积极利用大数据技术做好市场运营工作,增强企业的核心竞争力,实现企业的长远发展。

参考文献

- [1]陈曲.大数据分析在电子商务中对营销的促进作用分析[J].老字号品牌营销, 2022, (12):9-11
- [2]莫逊, 秦誉洲.大数据分析背景下电子商务平台精准营销策略分析——以京东为例[J].现代商业, 2022, (13):73-75
- [3]王海欧.大数据分析在电子商务营销中的应用研究[J].内蒙古科技与经济, 2021, (22):74-75+152
- [4]李晓江, 任珂成.基于大数据分析的电子商务发展策略[J].全国流通经济, 2021, (29):20-22