

Research on Enterprise Management Innovation Based on the “Internet+” Era

Zhe Zhang

BNBM Building Materials Co., Ltd., Beijing, 10000, China

Abstract

In the current new era, under the continuous promotion of computer science and technology in China's modern information technology, coupled with the comprehensive popularization and application of Internet technology, Chinese society has now entered the information age. Therefore, “Internet+” also has different meanings, it is fully integrated and innovated with various industries and fields, and has brought huge changes to China's social production and people's lifestyles. Based on the background of “Internet+”, the paper discusses the methods of enterprise management innovation to improve the management level of the enterprise and promote its long-term development.

Keywords

“Internet+”; business management; innovation

基于“互联网+”时代的企业管理创新研究

张哲

北新集团建材股份有限公司, 中国·北京 10000

摘要

当前新时期下, 计算机科学技术在中国现代化信息技术不断地推动下, 加之互联网技术的全面普及与应用, 中国社会现已进入信息化时代。因此, “互联网+”也有着不同含义, 全面与各个行业各个领域进行融合与创新, 对中国社会生产与人民生活方式带来了巨大改变。论文基于“互联网+”为时代背景, 讨论关于企业管理创新的方法, 为企业提高管理水平, 促进其长久发展。

关键词

“互联网+”; 企业管理; 创新

1 引言

相对于企业而言, 要完成管理创新就必须与当前社会时代背景相结合, 把商业和环境的关系适当融合, 运用全新的管理理论与技术, 将其放入企业的新型管理模式中, 创造出属于当前社会时代背景下的企业管理系统体系, 为企业的发展奠定良好的基础。

2 “互联网+”时代背景下管理创新的必要性

2.1 “互联网+”模式对传统企业造成冲击

伴随着互联网技术的不断更新, 互联网深入各个不同领

域, 这不仅对提高了人民的生活水平, 也对人民传统的消费模式进行巨大转变。互联网的出现让消费者不局限于一种消费选择, 同时对购买时花费的成本也大大降低。

例如, 互联网与信息技术的融合出现了电子商务, 用户可以用电子智能设备实现网上购物, 这于传统的商品交易模式截然不同, 电商的出现对消费交易的效率飞速提高。这就对传统商品销售企业造成了巨大冲击^[1]。从图1可以看出, 近几年中国使用网络的用户数与互联网的普及率逐年上升, 人民群众不再仅依靠电视报纸等传统媒体来获取信息, 而是有了更加现代化的生活模式, 这就对传统企业有了巨大影响。面对这样的背景, 企业想要在经济市场占有一席之地, 具有较强竞争优势, 在经济市场不断突破自己, 以此来此顺应时代发展。

【作者简介】张哲(1987-), 男, 中国河北保定人, 本科学历, 任职北新集团建材股份有限公司国际业务发展总监, 现为对外经济贸易大学国际商学院在职人员高级课程研修班学员, 从事公司的国际化业务研究。



图1 中国网民规模和互联网普及率

2.2 互联网的普及加速各行业间的合作

目前,中国经济进入稳定时期,慢慢从粗放型经济模式向精细化经济模式转变,“互联网+”产业模式的快速广泛布局,让各个企业间合作更加频繁,并出现了跨界合作,跨界合作为创意制造了无限可能,不同行业间的合作,不同产业间的合作,形成了一条全新的价值体系产业链以及消费服务模式的创新升级,为企业间的创新管理提供更多创意灵感。

3 “互联网+”时代背景下企业管理创新存在的问题

3.1 创新人才管理较落后

根据当前的知识经济时代来看,人才是企业间竞争的一个重要因素。在过去一个企业的人力资源管理,主要是对工作人员进行控制和监督,以此来管理人才。从当前形势来看,工作人员的思想更加开放,更加多元化,如果使用传统人力资源管理模式员工会认为这是缺乏信任的体现。另外,传统的人力资源管理权力大多集中在上层管理者,基层员工在上层的制约与束缚中完成工作,这就对工作人员造成无法有充分的工作积极性与主动性^[2]。

3.2 缺乏创新理念

大多数企业在工作运行之中,没有将互联网与信息技术融入企业创新管理中,许多企业仍然选择把供应厂商作为工作重心,认为产品自身特点与优势是经济效益的来源,却忽略了消费用户的体验式需求,所以消费用户在进行选择产品时,没有良好的产品体验,就难以产生对其消费的欲望。形成这种现状的原因是因为企业在对产品进行生产与经营中,没有深入了解市场,未对用户的消费习惯与消费心理有进行市场调研,导致对消费者的消费选择认知程度不够,缺乏经营理念的创新^[3]。

3.3 企业组织架构较为落后

在互联网技术的不断发展背景之下,许多企业逐渐意识到互联网技术的重要作用,也逐渐将互联网技术与企业的管理工作相结合,但是从中国一部分企业的运行管理模式角度分析,这些企业内部组织结构大多都是以传统的金字塔式,多层部门分级管理的结构为主要形式,这样传统的管理模式让企业员工具有束缚性,不能充分发挥自身的工作积极性,使员工的价值不能合理运用到工作中去,并且对企业内部信息的传递工作带来比较大的影响,使信息传递堵塞,不能第一时间了解有用信息,严重降低了企业的运行效率,不利于现代企业的顺利发展。

4 关于“互联网+”时代的企业管理创新策略探究

4.1 企业要转变传统管理理念

“互联网+”是当今时代不可忽视的存在,企业要把消费者放在主体地位,企业的生存与发展大多情况下都依赖于用户的选择,在“互联网+”的大时代背景之下,用户通过互联网与信息技术,能够全面了解信息。此外,用户的需求跟以往传统消费模式不同,向碎片化体验与个性化方向靠拢。因此,企业要针对具体情况进行管理理念的创新升级,仔细思考企业与用户,企业与市场之间该以何种方式进行相处,在此基础上开拓全新市场,招揽新用户,对产品更新换代,为企业形成新的价值体系链,紧紧抓住开放融合、协同供应的思想观念,以此对企业进行管理。企业要为用户制作多种不同的体验模式,并且制定新的商业战略目标和现代化新型商业模式,不断增强、完善用户的体验感和场景感,以此来增加用户对企业的兴趣,为消费者的购买欲奠定基础。通过这样的思想理念,对用户的需求进行全面整合,全面剖析,总结成数据,通过整合结果把企业生产运营的每一个环节落实到位,形成一个完善的有机价值产业链^[4]。这样不仅能满足消费者的自身消费需求,更能带动企业经济效益的最大化,实现双赢的局面。

4.2 对人才进行创新管理模式

“互联网+”时代下要对人才进行管理,第一步就要从观念上进行转变,放弃传统管理模式中以监督和把控为主的方法,而应针对员工自身,采取更加“温柔”的方式对人才进行管理,在管理工作中坚持做到以人为本的原则,之后在

其原则之上,运用互联网与信息技术,用互联网和信息技术让员工养成良好的自觉性,增强自身管理意识,有强烈的自我责任感,以此来发挥工作人员在工作中的积极主动性。让信息技术方面的应用与人才管理模式相结合,提高管理效率,让员工的素质水平朝着更高层次的方向迈进。在实践中,还应当对不同岗位、不同部门的员工之间的薪资待遇以及福利保障做出平衡调整,让员工自身努力与回报成正比,让员工感受到工作带来的快乐,对工作充满热情与创造力^[5]。

4.3 对企业的组织管理形式进行完善

面对“互联网+”的时代,企业要适应互联网发展带来的影响与变化,就要通过不断完善管理组织形式,来提高信息的流通速度,对企业内外部信息能够全面了解,让企业在决策时能够有大量信息数据依据与信息技术支持。企业在竞争环境下,加强各部门之间的沟通与合作,建立健全员工工作时运用的办公自动化系统,为员工在企业内部之间信息能够共享,资源能够有所用,为企业员工的工作效率提供保障,充分提高互联网与信息技术的利用使用效率,为企业的发展战略做出全面数据化支持。

4.4 对企业管理模式进行创新

信息技术的提高为企业的生产效率做出了巨大贡献。因此,企业在管理时对“互联网+”的运用,要发挥信息技术在产品特点、产品技术、产品生产以及产品销售等各个环节,都要进行合理运用,通过这些环节,与大数据合理相融,了解客户对产品的自身想法以及加深用户间的交流沟通,通过大数据及时做出相应产品反馈,对信息数据进行收集,之后进行详细分析与思考。企业面对市场,要以用户为主要导向,满足用户需求,创造多样化产品,保障产品自身品质,增强用户与企业之间的粘性,以此为企业的经济发展增添动力与活力,为企业产品管理注入核心竞争力。

4.5 企业要建立健全运营管理平台

基于“互联网+”时代背景之下,企业的良好形象与品牌口碑是影响用户消费选择的一个重要因素,运用互联网建立良好品牌形象进行传播,为消费者深入了解企业打下基础。企业在进行管理创新时,要充分发挥互联网网络平台的作用力,建立销售与服务为整体的新型模式。如表1所示,运用数字化营销策略,与“互联网+”技术合作共同为企业品牌口碑打下坚实基础,维护网络上企业品牌形象,通过专业技

术,建立健全运营管理平台,对企业的产品通过消费者给予的评价与反馈,对产品进行调整与改善,不断完善产品质量。企业要自觉履行其责任与义务,抗下企业该有的担当,增强用户对企业的产品信任感,进而完善企业管理创新。

表1 数字化营销策略

以用户需求为原点	企业从上至下不能全部以产品为开发导向,而应该以用户的愿望,需求为出发点,构建企业的全新商业模式
全媒体营销布局	在“互联网+”、媒体市场、巨而细,企业需要全面覆盖,分工明确,全媒体式布局
以用户生命周期为核心	以用户生命周期为核心,将营销体系构建在用户使用产品的整个生命周期上,搜索获取、使用等全过程
以全互联网数据为基石	在运营管理平台的建立基础之上,必须充分结合企业内部信息数据,不仅仅依靠于互联网上的信息数据,以全互联网的数据为基石,不断搜寻利用,找寻新的用户需求

5 结语

总而言之,基于“互联网”的时代大背景下,对企业进行创新管理是十分重要的,转变传统思想观念,对传统经营管理模式出现的弊端进行优化改进,才能更好地运用“互联网”。在传统的管理工作模式之上,企业各部门上下级员工共同探讨,制定有针对性的发展方针,完成“互联网+”的运行管理模式转向,并且企业应该更好地顺应时代的发展,不断推动企业向现代化管理进步,使企业焕发新的升级,保持企业的可持续发展,为中国经整体经济奠定良好基础。

参考文献

- [1] 马骁. “互联网+”时代企业管理创新的若干思考[J]. 科技经济导刊, 2021, 29(07): 241-242.
- [2] 王国富. “互联网+”时代下企业管理的创新思维论述[J]. 商展经济, 2020(14): 81-83.
- [3] 郭致伯. 基于“互联网+”时代的企业管理创新分析[J]. 中小企业管理与科技(下旬刊), 2020(11): 49-50.
- [4] 苏晨. 基于“互联网+”时代的企业管理创新研究[J]. 中小企业管理与科技(中旬刊), 2020(11): 64-65.
- [5] 刘睿, 刘博. “互联网+”时代企业财务管理创新探究[J]. 滁州学院学报, 2020, 22(05): 84-86.