

Research on the Direction of Enterprise Marketing Mode Innovation under the Background of E-commerce

Cong Miao

University of San Carlos, The Philippines, Cebu, 6033, Philippines

Abstract

As a new modern business mode, the emergence of e-commerce has brought a huge impact on the traditional business mode, and has greatly promoted the transformation of enterprise mode and marketing business mode to a large extent. In the new era, with the rapid development of science and technology and economy, the enterprise business environment has changed greatly, the traditional enterprise marketing mode has failed to meet the needs of modern society, so in the background of e-commerce enterprise marketing mode innovation is very necessary, is also an effective way to achieve sustainable development, and this paper mainly discusses the e-commerce enterprise marketing model innovation, hope to promote the sustainable development of enterprises.

Keywords

e-commerce; enterprise marketing; mode innovation

论电子商务背景下企业营销模式创新方向研究

苗聪

菲律宾圣卡洛斯大学, 菲律宾·宿务 6033

摘要

电子商务作为全新的现代商业模式,其出现对传统商业模式带来了巨大冲击,在很大程度上促进了企业商业模式和营销模式的转变。新时代下,随着科技和经济的高速发展,企业的经营环境发生了巨大变化,传统的企业营销模式已经不能够满足现代社会的需求,因此在电子商务背景下企业营销模式创新十分有必要,也是企业实现可持续发展有效途径,而论文主要探讨了电子商务背景下企业营销模式创新,期望能够促进企业的可持续发展。

关键词

电子商务; 企业营销; 模式创新

1 引言

随着社会经济和科技水平的迅速发展,企业得到稳步发展。不断发展的电子商务也在无形当中推动着企业经营方式的发展与创新。同时,计算机网络技术也为企业营销打破时空限制,提供了有利条件,当下如何在网络新平台上进行营销,实现企业营销模式创新成为企业发展的重中之重。因此,企业还需要跟随时代的发展树立创新观念,积极地进行企业营销模式的创新,打破传统营销模式的禁锢,实现突破性发展,取得更高的经济效益。

2 电子商务对企业营销的影响

2.1 传统实体经济影响

电子商务利用计算机技术与互联网,连接用户、买卖

双方、物流等商业平台,形成快速、稳定、方便的贸易关系。并实现销售业务活动的虚拟化,能够有效地满足多样化的人群购买需求。电子商务功能齐全、品质优良、价格低廉,吸引了大批的消费者,所以,人们更倾向于在网上购物而非实体购物。电子商务的出现极大地冲击了传统市场的发展,导致实体经济发展困难,同时也对企业的营销模式创新产生了巨大的影响。

2.2 消费者行为的改变

消费者行为的改变是电子商务最直观的影响。电子商务经营速度快,产业范围广,通过网络加强了不同地域间的联系,具有灵活性,能够有效地满足快节奏人群的消费需求,此外电子商务的发展,为人们提供了多样的选择,人们可以花更少的钱买更多自己喜欢的产品。人们大都习惯了下班后拿出手机购物,省时、省力、经济实惠。长此以往,消费者的行为也发生了很大的改变。

2.3 促进企业营销模式创新

当今,所有的现代企业家都意识到了电子商务时代的

【作者简介】苗聪(1982-),男,中国江苏徐州人,博士,一级人力资源管理师,从事企业管理、人力资源管理研究。

来临,随着社会的发展,企业的营销模式需要不断地完善。为了适应经济发展的趋势和要求,进行企业营销模式的创新也成为了发展的必然趋势。同时,电子商务的发展也为企业发展提供了新的思路,因此企业需要正确看待电子商务,充分利用电子商务,实现更好的发展^[1]。

3 电子商务企业营销模式创新的必要条件

3.1 营销理念创新

思想指挥着行动,如果没有随着时代的发展树立先进的营销思想,作为企业营销模式创新的先导,整个企业营销创新工作就无法顺利进行,营销理念创新是一个企业创新营销模式的基础。企业管理人员必须顺应时代经济发展的潮流,深入实际考察,制度符合公司实际的经营理念,创新营销方式和方式。同时,企业还可以聘请更多优秀营销人员,开展企业营销创新工作,定期开展企业营销培训活动,培育企业员工的电子商务思想观念,为企业的营销模式创新奠定坚实的基础。

3.2 创建一个良好的营销环境

电子商务背景下的企业营销环境,是指电子商务的虚拟化、网络交易环境,而非实际的经营环境。建立电子商务营销平台时,必须重视平台的公开共享,让企业和消费者可以在平台当中进行贸易,为企业的营销模式创新提供优质环境。

3.3 企业经营战略创新

有别于其他方面的创新。企业经营战略创新要根据自己的业务范围和销售目标制定经营战略。生产空调的企业与生产月饼的企业的营销重点、营销方式应该也有所不同。企业在进行营销模式创新时必须充分考虑企业的经营战略,根据客户需求,优化营销体系,才能够获得更好的营销成果^[2]。

3.4 物流管理模式创新

电子商务交易离不开物流,改革物流管理模式,运用大数据与智能技术提高物流作业的质量和效率,确保货物在不受损坏的情况下,提升物流的送货效率,让消费者获得刚好的购物体验,物流的质量对消费者的再次消费有着直接的影响,同时物流问题也会对公司的品牌信誉造成一定的损害。因此,为实现企业营销模式创新,取得更好的营销效果,企业需要进行物流管理模式创新,从物流信息反馈、物流速度、配送服务质量、物流投诉答复等几个方面入手,有效提升企业物流效率,让以电子商务为导向的企业营销模式创新能够更加顺利地展开。

4 电子商务环境下企业有效营销模式创新

4.1 完善企业电子商务发展策略

在当今激烈竞争的市场环境下,电子商务模式为企业发展提供了一条很好的途径,可以让企业有效地扩大产品效率,获得更高的利润。但前提是必须进行营销模式的创新,更多的优化电商模式,注重市场调查与分析,科学地分析消费者的消费习惯和需求。灵活地运用大数据技术对大量

销售数据进行分析整合。更好地定位目标客户,进行有效的营销,提升营销效果,为企业电子商务营销模式优化提供支持^[3]。

4.2 促进企业业务流程重组

电子商务环境下企业绵连的生存和发展环境不同于以往,电子商务模式下的企业业务流程自然也与以往不同,因此企业必须进行业务流程的重组,通过业务流程重组,构建科学的管理体系,拉近企业与消费者、供货商的关系。在电子商务环境下企业业务流程重组,对于企业的营销模式创新有着重要影响,为实现企业的发展和优势转化,提升企业的竞争力,企业必须根据电子商务环境以及客户的新需求进行企业业务流程重构,有效地对企业资源进行整合,根据客户的需求的进行相应的调整。

4.3 培养专业营销人员

在电子商务环境下,培养专业的企业营销员队伍,对于开展企业营销创新具有很大的影响。随着科学技术的发展和各种新的营销理念的不断涌现,企业如果一味地固守成规必将会失去营销市场。因此企业必须真实营销人员的培养,打造一支优秀的营销创新团队,制定科学的营销策略,为企业的营销创新提供更好的方向。首先企业要明确营销人才培养的目标,科学进行人才培养,定期对营销人员进行培训,提高营销人员的专业水平,培养更多专业的企业营销人员和建立更专业的团队,帮助企业更好地适应当前电子商务发展环境,促进营销工作的创新发展。企业营销过程中人才的作用十分重要,营销人员的专业水平对公司整体发展和市场营销战略的制定有着深远影响企业只有加强专业企业营销人才的建设和培训,才能实现更好的发展。

4.4 建立销售渠道

完善的企业分销渠道是电子商务环境下企业营销成功的基础,企业管理人员必须具备发展的眼光,企业的分销渠道不能局限于实体,必须充分结合电子商务的发展特点,实现网络与实体的结合,完善企业销售渠道中的每一个环节,扩大企业的销售渠道,为企业的营销模式创新奠定基础,新时代下企业与零售商是一种合作与竞争共存的关系,需要相互支持、共同创造互利局面。对企业而言,电商模式下的市场不再是具体的,而是抽象的,营销模式也需要随着市场的变化而进行相应的调整,企业也必须重视分销,完善分销体系,在电子商务环境下分销模式的构建有助于企业的发展,但在分销过程当中企业必须重视售后信息的收集,更好地进行产品的调整,制定更加高效的营销策略,从而更好地适应当今不断变化的市场环境。

5 结语

综上所述,企业间的竞争在电子商务环境下日益加剧,以电子商务为基础的企业营销新模式成为时代潮流发展趋势,开展企业营销模式创新必将给企业带来由内到外的新变

化。因此企业必须高效利用电子商务,拓展市场,扩大经营范围,进行高效的营销模式创新,打破传统企业营销模式的限制,提升产品质量,打造优质品牌,才能真正适应电子商务环境的变化,实现稳定发展,获得更多的经济效益。

参考文献

[1] 刘莹,李亚斌,周霞霞,等.电子商务背景下的企业营销模式创

新[J].昆明冶金高等专科学校学报,2020,36(2):94-98.

[2] 张晶,张璐.电子商务背景下企业营销模式的创新方向[J].企业改革与管理,2017(2):118.

[3] 田华伟.电子商务背景下企业营销模式的创新方向[J].湖南科技学院学报,2016,37(4):113-115.

(上接第6页)

照投标文件中所承诺的报价、服务、质量等付诸实施;二是在合同审核阶段,要注意负责招标采购事务的人员与合同审核人员分别审核,建立严密的层级审核和约束机制,发现问题和情况和及时与监管部门沟通,及时按规解决^[3]。

可根据不同性质采购,通过招标现场采购、战略采购、网上竞价采购、竞争性谈判采购、竞争性磋商采购、询价比价采购等方式,确定供应商。供应商的选择是项目物资采购管理工作的重要组成部分,要本着“公平竞争”的原则,凸显“阳光采购”,给符合资质的供应商同等竞争条件,并体现市场经济运行的规则,一方面对采购成本有所控制,另一方面提高采购项目实施的质量。

5 结语

综上所述,企业在招标采购管理活动中,研究的核心

问题:一是采购成本管控;二是采购效率提升;三是采购风险防范。可以说做好这三点可以有效帮助企业实现战略目标,提高企业综合运营效益。这就要求企业要有大局意识和前瞻思想,在采购实施过程中,严格执行程序化、规范化管理原则,对各个关键环节进行把控,将有限的资金发挥出最大的作用,使企业项目采购管理工作持续、健康、有序、协调发展。

参考文献

[1] 郭楠.关于招标采购在项目管理中的应用[J].现代企业,2021(6):12-13.

[2] 王镇.项目管理知识体系在招标采购管理中的应用研究[J].中外企业家,2020(17):53.

[3] 刘畅.招标采购项目管理决策的若干问题[J].中国招标,2018(30):29-32.