

# 电子商务对企业市场营销的重要影响与企业应对策略

■ 程海燕

(南昌大学共青学院, 江西 共青城, 332020)

电子商务指的是整个贸易活动都采用电子化模式的商务形式, 这种商务形式的出现不仅改变了企业市场营销工作环境, 还对企业市场营销发展产生了较大影响。电子商务一方面拓宽了企业市场营销的方式、渠道和空间, 助力企业市场营销质量和效率的提升, 另一方面对企业实现市场营销人才综合素质及市场营销方式提出了新要求。若企业不了解电子商务对企业市场营销的重要影响, 则无法采取有效策略应对电子商务带来的各方面影响, 既难以适应电子商务时代的要求, 也无法获得企业市场营销工作的显著成果。基于此, 本文先分析电子商务对企业市场营销的重要影响, 再总结几点企业应对电子商务对市场营销影响的策略, 以期为后续企业市场营销工作提供有效参考。

## 一、电子商务对企业市场营销的重要影响

### (一) 改变了企业市场营销理念

过去, 企业市场营销多是采用单一的线下营销模式。随着电子商务时代的来临, 市场营销方式及消费者的消费行为均发生了较大改变, 在此环境下, 若企业仍采用传统的市场营销理念和模式, 则不仅无法适应电子商务时代的发展要求, 也无法满足消费者的需求。目前, 企业需转变自身的市场营销理念, 在市场营销过程中创新自身的营销思路和方式, 以多样化的营销手段推出更多吸引消费者的产品, 并在营销过程中充分考虑消费者的消费和心理诉求, 以此获得良好的营销效果。

### (二) 改变企业的市场营销方式

在电子商务出现之前, 企业大部分是依靠宣传和促销渠道开展市场营销工作。为占领更多的市场和销售渠道, 企业往往要在产品宣传和促销中投入大量的人力资源和资金, 这样的营销方式会产生较多的成本支出。随着电子商务时代的来临, 企业可以依靠电商平台实时开展网络营销工作, 部分企业甚至可以依靠互联网将产品营销渠道拓展至全球。如此, 不仅有效解决了企业市场营销过程中的供需问题, 还提高了企业的市场营销质量和效率。当

然, 虽然网络营销能降低企业市场营销成本和提高企业市场营销效率, 但是也需要企业本身加快互联网平台建设, 做好生产产品质量管理, 优化电子商务物流管理, 充分发挥网络营销的作用。然而, 目前一些企业的互联网平台建设力度不足, 对生产产品的质量不严格, 这大大降低了消费者对网络营销的信任度。同时, 在完成产品营销后, 部分企业未做好产品物流管理工作, 导致企业市场营销的售后服务力度不足, 影响消费者的购物体验, 阻碍企业市场营销的健康、稳定和长久发展。

### (三) 改变了消费者的消费需求和行为

在电子商务时代环境下, 企业市场营销环境呈明显的信息化特征。受各种各样的网络信息影响, 消费者的消费需求发生了较大转变, 越来越多的消费者开始向往有个性、差异化的产品。然而, 就目前的企业营销产品情况来看, 一些企业并未结合消费者的需求打造个性化、差异化的产品, 部分企业甚至直接照搬模仿一些营销额较高的产品进行产品营销, 导致市场中同质化产品数量巨大, 这不仅会干扰消费者的消费, 还会影响企业在市场上的良好发展。同时, 各类电子商务平台的出现使消费者的消费行为发生了巨大转变。例如, 电子商务平台使消费者足不出户就能进行网络购物(如图1所示), 同时能对电子商务平台提供的多个同类产品进行对比挑选, 这些特点增强了消费者的消费黏性。

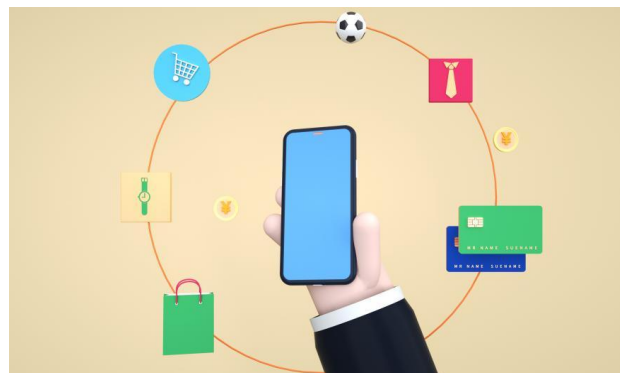


图1 网络购物

#### (四)对企业市场营销人才综合素质提出了更高要求

电子商务为企业市场营销的发展带来了良好的机遇,不仅转变了市场营销方向,使其向着快速、高效的方向发展,还拓宽了市场营销的途径、方式和效率。但是,机遇与挑战总是并存的,电子商务在为企业市场营销发展提供巨大便利条件的同时,也对企业市场营销人才综合素质提出了更高的要求,例如要求企业市场营销人才具备新型营销观念,能合理运用网络技术为买卖双方搭建良好的营销和消费交易界面,能利用网络技术给消费者提供良好的营销后售后服务等。然而,从企业市场营销人才综合素质现状来看,一些企业的市场营销人才综合素质较低,难以适应电子商务背景下的市场营销要求,进而阻碍了企业市场营销的发展。

### 二、企业合理应对电子商务对企业市场营销影响的策略

#### (一)转变市场营销理念

受传统市场营销理念的影响,一些企业多是采用人力投入、线下宣传促销的方式来争夺市场,这不仅会耗费较高的营销成本,也会导致市场营销范围缩小及市场营销传播效率低下。随着电子商务时代的来临,各类电子商务平台陆续出现。企业借助电子商务平台开展市场营销工作,既能扩大市场营销活动范围,还能为买卖双方搭建良好的交易界面,进而提高消费者对该营销和交易方式的接受度和认可度。因此,在电子商务环境下,传统的市场营销理念和模式已经无法满足时代发展的要求和消费者的需求,企业需顺应电子商务时代的变化,积极转变市场营销理念,将各种新型营销理念和模式融入企业市场营销工作。

#### (二)加强电子商务平台建设

在电子商务环境下,企业市场营销工作的高效发展离不开互联网相关技术的支持。企业只有加强电子商务平台建设,才能推动企业营销市场活动的快速开展,抢占更多市场。例如,企业可应用大数据、云计算等现代信息技术构建电子商务平台,并在电子商务平台上建立各种动态数据库和动态数据中心,通过数据分析获取更多的市场营销决策依据,以此提升企业市场营销管理决策的科学性和准确性。企业还可以构建电子商务平台以实时掌握消费者的诉求,通过相应的反馈渠道了解消费者的各种需求和建议,从而为市场营销提供可靠的数据支持。除自建电子商务平台外,企业可以借助搜索引

擎、微博、电子邮件等平台进行产品营销。在营销过程中,利用这些平台发布自身产品的设计理念、功能作用等相关信息,不仅能拓宽企业市场营销渠道,还能提升企业营销产品的影响力。

#### (三)加强知识管理与客户管理

在电子商务背景下,企业要想在激烈的市场竞争格局中脱颖而出,高效开展市场营销工作,就不仅要积极更新和优化企业经营和营销管理流程,促进企业市场营销对不断变换的网络经营模式与环境要求的适应,还要构建完善的知识体系,借助知识让企业得营销工作在市场竞争中谋得一席之地,提升企业核心竞争力。知识是第一生产力,只有构建完善的知识体系才能强化企业的竞争优势。在电子商务时代中,客户关系会对企业知识管理产生很大影响,因此,企业营销管理人员应采用多媒体、数据挖掘、数据库、电子商务、人工智能等信息技术构建全新完善的客户关系管理系统及管理机制。其间,客户关系管理系统不仅包括对企业营销对象的选择、判断、营销争取等客户管理基础功能,还包含营销客户服务、电话销售、时间管理、联系人管理等多项内容及商务智能、知识管理等多项服务。这样,不仅能帮助企业与消费者建立良好的客户管理关系,还能提高企业市场营销管理质量和效率。另外,企业营销管理人员需运用大数据技术做好消费者信息数据的收集与分析工作,并建立消费者信息数据库,以此提升企业市场营销水平。

#### (四)生产和营销具有差异性的产品

在电子商务环境下,企业得营销产品和数据具有公开化、透明化特点。企业的这种做法虽然能让消费者在电子商务平台上自主选择自己需要的产品,但有部分企业为了抢占市场销售额,会效仿一些销售成绩较好的企业在电子商务平台上销售类似的商品,从而导致电子商务平台上的产品出现同质化现象,进而难以满足消费者的个性化、差异化消费需求。对此,企业必须生产和营销具有差异性的产品来满足不同消费人员的多样化购物需求。为确保营销的产品能切实满足消费者的各项需求,在进行商品研发和营销前,企业可借助大数据技术对广大消费群体的消费需求、消费习惯及消费变化等进行深入调研和挖掘,然后根据调研结果制订可以适应市场变化的个性化营销策略,确保企业营销产品能够更好地满足消费者需求。这样,有助于企业在市场营销过程中占据先机,进一步促进企业的可持续发展。另外,保障营销产品的质量十分重要,消

费者在购买商品过程中，不仅会根据商品的外观、性能等对产品进行选择，还会考虑产品的质量。产品质量是消费者购买产品的首要考虑要素。有关数据显示，哪怕是汽车这种拥有超高技术含量的商品，企业要是想给消费者提供个性化消费服务，也必须确保 80% 以上的部件是统一规范得自身能够达到相关质量标准要求。因此，企业必须把控好产品营销前的质量检测关，保证电子商务平台上营销的产品与线下实体店产品的质量一致。

### (五) 重视产品营销过程中的物流管理

在电子商务时代，物流管理在企业市场营销活动中占据着非常重要的位置，是连接企业与消费者的桥梁。为推动市场营销工作的高效开展，企业需切实做好产品营销过程中的物流管理工作。首先，企业应为各类产品建立可靠的物流网络，确保该物流网络能满足电子商务市场环境、企业发展模式、产品特点的要求。其次，企业需优化物流网络的流通环节，建立畅通的产品营销渠道，确保该物流网络能有效支持各种促销服务、营销渠道的开展。最后，企业需推行差异化物流服务，与物流企业签订业务承包合同，利用物流企业的专业管理能力为消费者提供多样化得物流服务。这样，企业不仅能为消费者提供更加优质的物流服务，还能进一步提升企业的营销服务水平。

### (六) 加强电子商务相关营销人才培养力度

在电子商务环境中，企业的各种营销活动实际上是基于各种利益关联人员形成的人际网络和营销活动，包含电子商务平台网站的建立、平台产品的营销设计、电子商务平台系统的维护等。要想做好这些工作，营销人员就必须具备电子商务相关营销

能力。但是，当前一些企业的营销人员综合能力并未达到电子商务营销的要求。对此，企业必须加强电子商务相关营销人才培养力度，大力引进国际贸易、市场营销、信息技术等专业的高校毕业生。在引入人才后，企业还需定期组织营销人才进行电子商务营销相关的专业知识和技能培训，进而培养出大批兼具商务营销能力和互联网技术操作能力的营销人才，为开展电子商务相关营销工作提供人才支持，提升企业电子商务营销工作质量和效率。

### 三、结语

近年来，电子商务逐渐成为现代经济市场中的主流商务模式，这样的商务模式对企业市场营销产生了重要影响，改变了企业市场营销理念、改变了企业的市场营销方式、改变了消费者的消费需求和行为，并对企业市场营销人才综合素质提出了更高的要求。在这些影响中，既有有利的影响，也有不良的影响。为规避不良因素对企业市场营销工作产生的影响，企业需积极探寻有效的应对策略，如转变市场营销理念，从传统得线下为主的营销理念转变为网络营销，顺应电子商务时代的要求加强电子商务平台建设，借助电子商务平台高效开展电子商务营销工作。企业应加强知识管理与客户管理，提高企业市场营销管理质量和效率生产和营销具有差异性的产品，提高市场营销竞争力重视产品营销过程中的物流管理，提升自身营销服务水平。最后，企业需加强电子商务相关营销人才培养力度，为企业市场营销提供人才支持。

【作者简介】程海燕，南昌大学共青学院。

