

数据挖掘技术在现代市场营销中的应用

容晨朴

数数信息科技有限公司（上海）有限公司

DOI:10.12238/ej.v7i11.2014

[摘要] 随着科学技术的不断发展,大数据时代已经到来,大数据时代背景下现代企业想要实现更好发展,必须转变传统的市场营销模式,推动企业营销与大数据挖掘技术结合。大数据挖掘技术为现代企业市场营销提供技术支持,为现代企业制定个性化的营销战略,贴近消费者实际的需求,优化市场和产品定位,推动现代企业市场营销实现更好地发展。基于此,本文从大数据挖掘和市场营销概念入手,分析数据挖掘技术对市场营销的重要性,同时结合现代企业市场营销现状,探索数据挖掘技术在现代市场营销中的具体应用。

[关键词] 数据挖掘技术; 现代市场营销; 应用策略

中图分类号: F713.5 **文献标识码:** A

Application of data mining technology in modern marketing

Chenpu Rong

Shushu Information Technology (Shanghai) Co.,Ltd

[Abstract] With the continuous development of science and technology, the era of big data has arrived. In the era of big data, modern enterprises want to achieve better development must change the traditional marketing model and promote the integration of enterprise marketing and big data mining technology. Big data mining technology provides technical support for modern enterprise marketing and helps modern enterprises form individualized marketing strategies, aligning with consumers' actual needs, optimizing market and product positioning, and driving modern enterprise marketing to achieve better development. Based on this, this paper starts with the concepts of big data mining and marketing, analyzes the importance of data mining technology to marketing, and explores the specific application of data mining technology in modern marketing by combining the current situation of modern enterprise marketing.

[Key words] data mining technology; Modern marketing; Application strategy

引言

大数据挖掘技术给各行业、各领域带来了发展机遇,促进各行各业的发展变革,现代市场营销中运用大数据挖掘技术,可以帮助企业从海量的数据中挖掘有用信息,优化营销模式。近年来,越来越多的企业开始依赖大数据挖掘技术进行市场营销,通过建立大数据平台,深挖消费者的消费行为和偏好,提供精准营销,同时借助大数据挖掘技术还能够把握市场发展动向,为企业营销决策提供支持,帮助企业在市场经济中保持竞争优势^[1]。依托数据挖掘技术现代企业实现了市场营销模式的创新,推动企业发展转型升级,但是大数据挖掘技术的应用仍面临着一些问题与挑战,现代企业需要把握风险与挑战,推动数据挖掘技术在市场营销中实现更好的发展。

1 数据挖掘技术和市场营销的概念

1.1 数据挖掘

数据挖掘技术在市场营销中的概念就是将大量的商业信息进行数据分析、转换、处理,为企业提供发展决策的技术。主要涉及以下几个方面:首先是确定挖掘对象,现代企业市场营销的主要挖掘对象就是消费者,在进行数据挖掘之前企业需要确定挖掘对象;其次是对挖掘的大量数据进行整合、分析和处理;此外是将挖掘的数据进行转换处理以符合企业市场营销需要;最后是进行数据挖掘结果评估和分析,将数据挖掘分析结果进行编码归入企业数据信息库,为企业后期业务发展提供借鉴。

1.2 市场营销

传统的市场营销是在创造、沟通、传播和交换产品中,为顾客、客户、合作伙伴以及整个社会带来价值的活动、过程和体系,主要是指营销人员针对市场开展经营活动、销售行为的过程,此一过程是一个周期性的过程。数据挖掘技术下的市场营销应

该是紧跟市场需求,随着市场形势的变化而不断发展的更加精准和个性化的营销经营活动。

2 数据挖掘技术在现代市场营销中的重要性

2.1 变革传统市场调研形式

市场调研的目的是了解市场消费动向和消费者的消费行为,是现代企业市场营销的重要组成部分之一,通过市场调研可以为企业营销提供更精准的营销定位。传统的市场调研形式人力和物力投入成本大,但往往调研效果并不理想,市场调研结果与企业实际的营销策略不匹配^[2]。数据挖掘技术下的市场调研通过多媒体网络平台运用专业的数据挖掘软件对市场发展动向和消费者需求进行全面的分析和处理,为企业市场营销提供了更加精准的营销定位,为企业营销策略的制定提供便利。数据挖掘技术同时还可以为企业产品的追踪反馈,方便企业实时了解产品的市场需求情况,节约了企业再进行人力市场调研的时间,及时进行营销策略的优化。

2.2 实现精准营销

现代市场营销,精准营销是其发展目标,如何实现精准营销一直是企业发展的难题,传统的市场营销模式缺乏精准性,大数据挖掘技术下的市场营销依托技术优势有助于实现现代企业的精准营销。首先,通过数据挖掘技术企业可以深入了解市场发展趋势和消费者的消费行为、习惯、爱好等,运用技术手段对这些数据进行分析处理,细化了产品的市场定位和消费者的购买行为,为营销人员开展营销活动奠定了基础,从而实现更加精准的营销定位^[3]。其次,通过数据挖掘技术企业还可以对市场消费变化进行分析,了解消费者消费行为变化的内在原因,对市场营销策略进行针对性的调整,为消费者提供更加符合自身需求的产品,提升消费者的满意度,提升企业市场营销效果。

2.3 满足消费者的个性化需求

消费者的需求始终是现代市场营销需要考虑的重要方面,传统的市场营销往往忽视消费者的个性化、差异化需求,大数据挖掘技术下的现代市场营销可以帮助现代企业实现精准营销,可以更全面地了解消费者的消费需求,为其提供差异化、个性化的产品和服务,通过数据挖掘技术现代企业还可以分析消费者的购买行为和爱好,降低消费者的重购率。借助数据挖掘技术现代企业在市场营销中应该更加注重消费者的个性化需求,首先大数据时代,网络多媒体深刻影响着人们的生活,通过数据挖掘技术现代企业可以深入了解消费者的个性化需求,描摹消费者消费画像,结合企业产品和消费画像制定个性化的营销方案,力求在线上线下营销中都能满足消费者的消费需求。其次借助数据挖掘技术现代企业还能够绘制消费画像的同时采集与整理消费者的反馈信息,为企业营销提供市场动向,并在分析信息数据的基础上,及时发现问题进行改进处理,不断提升消费者的购物满意度,同时维持企业在市场中的竞争力。

2.4 影响现代企业营销规划方案的制定

企业的营销规划直接影响着企业的整体发展,影响着企业发展的经济效益,随着互联网大数据技术的不断发展,市场经济

发展形势也不断变化,现代企业市场营销在数据挖掘技术影响下,不断调整营销战略,然而市场形势和消费者消费行为变化迅速,企业想要在短期内不断调整营销发展规划存在极大的挑战^[4]。数据挖掘技术虽为企业提供了更加精准的营销定位,但不断变化发展的市场经济,海量的数据信息又使得企业在营销方案的制定上千头万绪,缺乏合理的规划,数据发掘若缺乏科学有效的管理,对现代市场营销的应用效果也会大打折扣。

2.5 降低传统营销的效果

大数据时代下新型的营销模式不断冲击着传统的营销模式,传统的市场营销模式包括电视、杂志、户外标牌等进行广告营销,营销缺乏互动性,消费者往往很难直观地了解产品,营销效果不显著^[5]。大数据时代背景下,智能设备普及,消费者通过一部智能手机便能实现信息数据全面获取,这就使得企业必须充分利用大数据挖掘技术,进行网络平台的产品营销,加强企业与消费者之间的互动和联系,通过挖掘消费者的行为喜好,提高企业营销的效率。这就使得传统的营销模式不再适应于市场需求,营销效果不再显著,甚至淡化出市场营销体系。

3 数据挖掘技术在现代市场营销中的具体应用

3.1 市场与产品定位优化

市场定位即营销定位,是企业及产品确定在目标市场上所处的位置,以满足消费者的需求,维持企业形象和竞争力的有效营销手段。借助数据挖掘技术可以帮助企业了解消费者需求和其他竞争对手情况,进而优化产品和服务,提高企业的市场竞争力。首先,数据挖掘技术可以细分市场,将不同市场的特点、规模、竞争情况等呈现出来,企业根据细分市场的情况结合企业自身产品和发展特点确定目标市场,可以优化资源配置,增强营销效果。其次,运用数据挖掘技术可以分析了解消费者的消费偏好,了解消费者的需求变化情况,把握同行业竞争对手的产品定位,进而促进企业优化产品定位策略,调整产品属性以适应市场和消费者需求,打造品牌形象,提高产品的竞争力^[6]。

3.2 个性化营销推荐系统

经济社会不断发展,人们的消费需求变得更加多样化,不同的消费者具有不同的消费偏好和消费行为,因此现代企业要为其提供差异化、个性化的服务。市场营销更要向精细化、个性化发展,现代企业需要找准消费群体定位,开展精准的营销,加强市场营销推广的效果。依托数据挖掘技术可以建立个性化的营销推荐系统,推荐系统主要是根据消费者的历史浏览、消费习惯、消费偏好等通过智能化、自动化形式向消费者进行个性化的产品和服务信息推荐,以增强消费体验,促进销售的完成。个性化营销推荐系统运用数据挖掘技术可以从海量的使用者信息中挖掘潜在的规律,为其提供个性化的产品推荐。这一形式的实现首先需要通过推荐系统,利用数据挖掘技术采集、整理和分析消费者的行为和习惯,获取和了解消费者的购物记录、历史浏览、搜索记录等信息,对相关数据信息进行存储。其次,通过数据挖掘技术对收集来的信息进行分析处理,建立消费者的个性化推荐模型,将消费者按照兴趣爱好进行分类管理,利用大数据

算法计算产品之间的相关性,为消费者推荐更加符合兴趣和需求的产品^[7]。个性化的营销推荐系统为消费者提供更加符合自身需求的产品,可以提升消费者的满意度,提升企业市场营销效果。

3.3 定制化的营销内容

大数据时代背景下,消费者的历史浏览记录、无时无刻的广告推荐,智能化的营销模式下消费者的个性化偏好无处遁形。运用数据挖掘技术可以挖掘分析消费者的消费行为和习惯,为消费者提供更加精准个性化的定制营销内容,增强消费者的营销体验感。定制化营销内容是消费者更感兴趣的内容,通过定制营销可以强化消费者的购物体验,借助数据挖掘技术,首先需要从多维度采集分析消费用户信息,了解他们的历史浏览、消费习惯、消费偏好等;其次根据这些数据信息构建消费者画像,通过数据挖掘技术细分消费群体,以便了解每个消费者的特点和需求,为其提供差异化的营销内容;此外可以通过向消费者发送短信、邮件等方式进行定制化营销内容的推荐,根据消费者画像制定差异化的营销策略;最后借助社交媒体、网络平台、电子邮件等多种渠道实现定制化营销内容更好地推荐到消费者面前,提升消费者的参与感和体验感,增强企业营销的效果。

3.4 预测市场发展趋势

市场经济不断发展,现代企业想要实现更好地发展必须把握市场发展动向和趋势,利用数据挖掘技术可以挖掘市场发展的潜在规律,借此预测市场的发展趋势,为企业营销战略的制定、调整、优化等提供保障。借助数据挖掘技术进行市场发展趋势预测,首先需要收集和整理多维度、多方面的市场数据信息,通过网络多媒体平台、市场调研报告等了解市场规模、市场定位、市场发展现状等信息,进行全面的分析和处理,发现数据中潜在的规律;其次进行市场发展趋势预测需要借助多种方法,全面把握数据随时间变化的情况,进而为未来市场发展动向提供参考依据,同时还要把握市场不同数据之间的联系性,考虑不同数据之间的相互影响,对不同的市场进行细分,预测不同细分市场的发展趋势;最后根据预测的结果进行企业市场营销策略的调整和优化,依据市场上升或下降趋势,调整企业产品和市场定位,拓宽企业市场,借此提高企业的市场竞争力^[8]。

4 结语

大数据时代背景下的现代企业借助数据挖掘技术进行市场营销,不仅是机遇也是挑战,企业通过数据挖掘技术可以获取与分析消费者的消费行为偏好,把握市场发展动向,为企业营销决策与营销战略的制定提供便利。现代企业借助数据挖掘技术进行市场营销,可以优化市场和产品定位,实现精准营销和个性化、定制化的营销内容推荐,满足消费者差异化的需求,同时借助数据挖掘技术还能够帮助企业预测市场发展趋势,把握市场发展动向,为企业发展提供进一步的发展空间。随着市场经济的不断发展,现代企业想要在中保持竞争力,必须加强企业市场营销,现代企业要充分认识到数据挖掘技术对市场营销的重要作用,把握大数据时代背景下的发展机遇,积极推动企业运用数据挖掘技术优化企业的市场营销策略。

[参考文献]

- [1]周霖仪.大数据时代下开展市场营销的路径探析与思考[J].现代经济信息,2024,38(1):13-15.
- [2]姜鹏,王建华,朱红霞,等.数据挖掘技术在电力营销系统中的应用分析[J].电力设备管理,2024(11):95-97.
- [3]李成.数据挖掘技术在市场营销中的应用[J].电脑采购,2023(5):121-123.
- [4]牛雪.大数据技术在企业市场营销中的作用研究[J].中文科技期刊数据库(全文版)经济管理,2024(1):188-191.
- [5]向立学.论大数据技术在精准营销中的应用[J].技术与市场,2021,28(2):184-185.
- [6]张书月.数据挖掘技术在电商情感规律分析中的应用研究[J].电脑知识与技术,2021,17(5):258-259.
- [7]高笑.关于数据挖掘技术在汽车行业网络营销中的应用[J].商业故事,2021(9):48-49.
- [8]花亚博.数据挖掘在金融领域中的应用及发展趋势[J].吉林农业科技学院学报,2020,29(1):90-93.

作者简介:

容晨朴(1981--),女,汉族,河北石家庄人,硕士,研究方向:数字化营销专家。