

大数据时代下电子商务开展精准营销的策略探究

翁传芳 杜卫华

南昌航空大学科技学院

DOI:10.12238/ej.v7i7.1742

[摘要] 在信息海量的时代,电子商务行业对精确市场营销的需求越来越重要。基于数据导向的精确市场营销策略,依赖于对消费者行为的深度洞察,以定位精确的市场细分和提供定制化的商品建议。在电商领域,这种策略能够增强顾客的满意度和忠诚度,同时也能有效地推动销售增长和扩大市场占有率。大数据的应用在电商精准营销中带来了数据质量、准确性、安全性和用户隐私保护等问题。为了应对这些挑战,电商公司需要采取相应的对策。这包括改进数据清洗、验证和集成的方法以保证数据质量和准确性;建立强大的数据安全管理和隐私保护体系,保障消费者的个人信息安全;提升数据分析能力,采用最新的分析工具和技术,从数据中提炼价值,为精确市场营销提供强有力的支持。通过执行这些策略,电商企业能更有效地利用大数据,实行精确市场营销,增强市场竞争力,并促进其长期发展能力。

[关键词] 精准营销; 数据问题; 策略探究; 提升数据质量

中图分类号: F407.63 **文献标识码:** A

Exploration of the strategy of precision marketing in e-commerce in the era of big data

Chuanfang Weng Weihua Du

College of Science and Technology, Nanchang Hangkong University

[Abstract] In the era of massive information, the demand for accurate marketing in the e-commerce industry is becoming more and more important. Precise data-driven marketing strategies that rely on deep insights into consumer behavior to target precise market segments and provide customized product recommendations. In the e-commerce space, this strategy can enhance customer satisfaction and loyalty, while also effectively driving sales growth and expanding market share. The application of big data has brought problems such as data quality, accuracy, security and user privacy protection in e-commerce precision marketing. To address these challenges, e-commerce companies need to respond accordingly. This includes improving methods for data cleansing, validation, and integration to guarantee data quality and accuracy; Establish a strong data security management and privacy protection system to ensure the security of consumers' personal information; Improve data analysis capabilities and use the latest analytics tools and technologies to extract value from data and provide powerful support for precision marketing. By implementing these strategies, e-commerce companies can make more effective use of big data, implement precision marketing, enhance market competitiveness, and promote their long-term growth capabilities.

[Key words] precision marketing; data issues; strategic inquiry; Improve data quality

引言

大数据作为互联网全球高速发展的新兴产物,对传统线下营销模式造成了巨大冲击。传统的进店选购消费模式已不能满足人们多元化的消费需求,网上购物的便利和人性化服务越来越受到消费者的青睐,网上购物早已成为当前的流行趋势。随着大量电商平台的涌现,电子商务行业的竞争愈发激烈,面对如此大的竞争压力,若要实现电商平台的健康稳步发展,就要深入了解广大消费者的需求,传统营销模式已然落伍,所以在大数据时

代下,各家电商企业纷纷将精准营销作为突破口。近年来,虽然很多企业已由线下销售向线上销售转型,但其销售模式还停留在传统营销模式的层面,未利用大数据做精准定位,对于优质客户未提供具有针对性的营销建议。对相关数据进行有效收集和处理,从而为电商企业的销售与服务量身定制营销战略,实现现代化的精准营销。

1 大数据时代与电子商务概述

1.1 大数据时代的特征

随着科学技术的迅猛发展和互联网的普及,置身于一个全新的大数据时代。这个时代的标志主要体现在几个关键点:首要特征即是数据量的急剧膨胀。大数据的计量单位已超越了普通的GB或TB,跃升至P(含1000个T)、E(含100万个T)乃至Z(10亿个T)的层次,这样的扩张源于物联网、社交平台、移动装置等数据生成源的持续繁荣和演进。数据类型的多元化同样至关重要。在大数据背景下,数据不再局限于传统的结构化形式,非结构化数据如网络日志、音频文件、视频片段、图像和位置信息等大量涌现,对数据处理的复杂性提出了新的挑战。大数据的价值密度相对较低,海量数据中蕴含的有用信息犹如沧海一粟,需要依赖先进的机器学习算法来揭示并提取这些潜在价值。大数据处理强调快速响应和高时效性,由于数据量的巨大,传统的处理方式已无法胜任,引入了分布式处理和实时计算技术,以确保数据处理的效率和精确度。

1.2 电子商务的发展现状与趋势

互联网经济的浪潮持续翻涌,得益于国务院一系列旨在加速电子商务崛起的前瞻性策略和《电子认证法》等法律体系的完善,电子商务的舞台日益宽广。其应用范围不仅限于大型企业的商务交易,而是深入中小企业的日常运营,触及能源、交通、金融、保险等多元行业,甚至渗透至消费者的日常消费生活中,展现出无孔不入的广泛影响力。在这个过程中,电子商务模式经历了从基础的网络连接到B2B、B2C的演变,以及直播销售、社区团购等新颖形式的创新,展现了模式多样性和高度定制化的趋势。未来的电子商务将呈现深度垂直化、个性化定制、专业细分及全球化布局的特点。越来越多的传统企业将顺应潮流,电子商务生态系统将愈发庞大且精密。随着消费者需求的日益个性化,电子商务将更加侧重于提供定制化的产品和服务,以满足个体差异。电子商务将进一步融入全球市场,推动跨境贸易的繁荣。大数据时代的到来,为电子商务的发展提供了强大的科技支撑和庞大的市场潜能,而电子商务的繁荣反过来又推动了大数据技术的深化应用与创新。二者形成相辅相成的良性循环,共同塑造了现代社会的便捷生活和无限商机。

2 精准营销的内涵与意义

2.1 精准营销的概念

在现代商业环境中,一种名为精细化定制营销的新颖策略正在崭露头角。它的精髓并非简单的市场覆盖,而是深度挖掘消费者个体差异,通过细致的数据驱动和精准的客户定位,量身打造营销活动、广告和产品,以满足多元化和个性化的需求。这不仅代表了市场营销策略的革新,更是大数据时代企业竞争力提升的关键驱动力。精细化营销的核心价值在于精确,即企业需精细捕捉并解析消费者的消费行为、需求动态和喜好趋势,从而对市场进行细分,实施差异化的营销策略。这种策略旨在优化资源分配,避免无效投入,同时显著提升营销效益和客户的满意度。实现精细化营销的技术基础包括大数据挖掘、云计算技术和人工智能,它们作为强大的工具,协助企业迅速、精准地获取和分析用户信息,为制定高效营销策略提供强有力的支持。随着科技

的不断迭代,精细化营销的策略也在不断进化和深化,它将持续适应并引领未来的市场潮流。

2.2 精准营销对电子商务的重要性

在电子交易环境中,精准定位的营销策略至关重要,它在提升企业竞争优势中扮演着决定性角色。深入理解消费者的需求,使得企业得以精准地设计和提供符合消费者期望的产品与服务,这不仅增强了客户的满意度,强化了他们的忠诚度,还在激烈的商业竞争中确立了独特的地位。精准营销显著提升了电子商务平台的营销效能。传统的广告模式常常难以精确地触及目标受众,而精准营销则如箭中靶心,确保信息精准传递到目标消费者,从而显著提高广告的互动性和转化效果。这样的优化不仅增加了企业的收益,还降低了营销成本。精准营销同样优化了消费者的在线体验。通过个性化推荐和定制化服务,企业能满足消费者的独特需求,提升购物过程的愉悦感和满足度。这样的体验改进不仅增强了消费者的忠诚度,还为品牌赢得了口碑和信任。精准营销对于电子商务企业来说具有无可估量的价值。企业应积极拥抱精准营销,不断挖掘消费者行为数据,创新营销策略,以实现更高的市场适应性,更强的营销效益,以及更优质的客户体验。

3 大数据时代下电子商务精准营销面临的问题

3.1 数据质量与准确性问题

大数据的魅力在于其海量的数据和潜在的商业潜力,但随之而来的则是对数据纯度和精确度的严峻考验。对于电商行业而言,数据质量的优劣直接决定了精准策略的实施效果。实际上,电商企业面临着一系列复杂的问题:数据源头多元,涵盖了用户的浏览行为、交易记录、社交媒体互动等诸多维度,然而这些数据的品质良莠不齐,往往混杂着大量的无用信息和错误数据,对数据解析构成了巨大的困扰。不同来源、不同系统的数据可能存在互不兼容的情况,例如同一商品在不同平台上的名称、分类甚至价格可能会有所差异,这就如同拼图中的碎片,难以整合出一致的视图,容易导致分析偏差和决策失误。数据完整性也常常受到挑战,如用户信息的缺失、系统误差等因素,都可能导致数据的空白或异常,进一步削弱了数据分析的精准度和可靠性。数据质量问题不仅侵蚀了精准营销的精准度,还可能造成企业资源的无效分配和营销成本的不必要的攀升。在大数据驱动的时代,提升数据质量和准确性,对于电商企业而言,是实施有效精准营销策略的基础,不可或缺。

3.2 数据安全性与隐私保护挑战

随着大数据技术的不断演进,电子商务公司得以获取海量的消费者信息。这一进步的同时,也催生了数据安全及个人隐私保护的紧迫问题。在处理用户数据的各个环节,包括获取、保存和应用,若企业未能实施严格的安全策略,用户的私人信息有可能暴露。这种状况不仅侵犯了用户的权利,也可能严重侵蚀企业的信誉。某些不法经营者可能利用搜集的用户信息从事违法行为,比如骚扰性营销或诈骗,这些行为对消费者的权益构成威胁,同时也扰乱了市场的公平竞争秩序。伴随着网络技术的持续进步,黑客攻击的方式日益复杂化。数据安全防护不足的企业极易

成为黑客的攻击对象。一旦数据遭到黑客窃取或篡改,可能导致企业遭受难以挽回的损失。在大数据背景下,确保数据安全和隐私保护对于电子商务企业执行精确营销策略至关重要。企业需强化数据安全管理体系,建立全面的隐私保护制度,以保证用户数据的安全性和隐私得到妥善维护。

3.3 数据分析能力不足

在海量数据的背景下,电子商务企业对精准营销的数据解析能力提出了高要求。企业在数据解析领域普遍面临专业人才短缺的问题,这使得多数电商企业无法充分挖掘并运用大数据资源来实现精准营销的目标。数据分析的工具和方法滞后也是一个痛点,部分企业由于对数据分析工具和技术的投入不够,所采用的工具和技术往往不能适应大数据的处理和分析需求。数据解析与实际业务运营之间的连接不足,有的企业存在数据解析成果无法有效应用于业务实践的情况,从而影响了精准营销效果的提升。这些问题对企业在大数据环境下的精准营销策略实施构成了阻碍。企业亟需强化数据解析人才队伍建设,更新升级数据分析工具和技术,并紧密融合数据解析与业务运作,以充分利用大数据资源,优化精准营销。

4 大数据时代下电子商务开展精准营销的策略

4.1 提升数据质量与准确性的措施

电子商务公司应当积极拓宽数据收集途径,囊括用户活动数据、商业交易信息以及社交网络数据等多方面资源。这样多元化的数据收集策略有助于构建详尽的用户肖像,进而为实施精确的市场推广提供坚实基础。在数据收集之后,重要的一环是数据清洗与集成。数据清洗旨在消除重复、错误及无用信息,以保证数据质量。而数据集成则涉及将来自各个不同源头的的数据融合成一个整体的数据集,使得后续的数据剖析工作更为顺畅。企业需设立一套数据质量监管体系,定期对数据的完整度和精度进行核查。针对查找出的任何问题,应迅速采取校正措施,以维护数据的可信度和实用性。

4.2 加强数据安全性与隐私保护

组织需确立严谨的数据安全策略,明确规定涉及数据采集、保管、运用及销毁等流程的操作准则和规定。持续对职员实施数据安全教育,提升全员的数据安全认知。为确保数据安全,应采纳创新的数据加密技术,对保密信息执行加密操作,以阻止数据在传输和存储期间遭受非法窃取或篡改。建立一套完善的数据访问权限控制体系,清晰定义每位员工的访问权限和界限,并定期审核和调整,以保证数据的安全性和符合法规要求。为避免数据遗失或损毁,应设定数据备份及恢复策略,定期备份关键数据,并进行恢复演练,确保在遭遇突发事件时能快速恢复数据。

4.3 提高数据分析能力

为了增强数据解析能力,企业应当采纳创新的数据分析技

术和平台。这些技术能有效加速并精确地解读数据,揭示隐藏的模式和市场走向。构建专门的数据分析小组至关重要,团队需掌握数据预处理、数据探查和深度分析等技能。借助这样的专业团队,企业可充分利用数据资源,对定向营销提供坚实的数据支持。建立以数据为指引的决策流程,将分析洞察作为决策核心,使企业在规划市场营销和产品发展时更具科学性,从而提升市场响应和竞争优势。面对动态的市场条件和消费者需求,数据分析模型需保持适应性,企业应持续监测市场动向和用户需求,适时更新分析模型,保证分析结果的可靠性和时效性。

5 结语

在海量数据的时代背景下,电子商务的精确市场营销已经成为驱动公司进步的核心驱动力。通过准确地瞄准消费群体,适应消费者的独特需求,商家能够在商战中独树一帜。这一趋势同时也对商家提出了严格的要求,涉及数据的可靠性、精确性,数据安全及用户隐私的保障,以及数据分析的效能等多个层面。为了成功应对这些难题,电商公司必须持续改进和优化其精准营销战略。这涉及到提高数据质量和精确度,以保证信息的可信度和实用价值;强化数据安全和隐私保护措施,以维护消费者的个人信息安全;同时提升数据分析技能,深入探寻数据中的潜在价值,为公司的决策提供坚实依据。随着科技的持续演进和市场环境的瞬息万变,电子商务的精准营销将遭遇更多新的机遇与挑战。只有不断学习,勇于创新,积极面对困难,才能抓住机遇,推动企业的持久繁荣。

【项目基金】

2021年江西省教育厅科学技术研究项目“基于数据挖掘技术的电商企业精准营销研究”(编号:GJJ218711)。

【参考文献】

- [1]梁爽.大数据时代电商企业个性化精准营销策略研究[J].营销界,2023(3):98-100.
- [2]倪思佳,田艺乐,赵金鹏.大数据时代下电商精准营销策略的实践应用[J].老字号品牌营销,2023(2):27-29.
- [3]曲红萌.大数据时代下电商精准营销策略[J].现代营销,2021(015):88-89.
- [4]孙奎环.基于大数据精准营销的网络营销策略初探[J].现代营销:学苑版,2020(4):2.
- [5]于灏.大数据时代下电商精准营销策略的实践应用[J].电脑乐园,2023(1):0124-0126.

作者简介:

翁传芳(1985--),男,汉族,江西赣州人,硕士,副教授,研究方向:市场营销管理、品牌营销。

杜卫华(1986--),男,汉族,江西九江人,硕士,讲师,研究方向:电商数据分析、物流运作优化。