

# 新时期教育企业数字化转型工商管理策略研究

范浩雷

黄骅市岸上教育咨询服务有限公司

DOI:10.12238/ej.v7i11.2068

**[摘要]** 在互联网技术飞速发展的新时期,云计算、大数据和人工智能等技术的兴起为教育企业带来了前所未有的数字化机遇。“数字化+”的深入应用提升了教育企业的工商管理效率和质量,促进了管理模式的优化和管理策略的创新。然而,技术进步同样伴随着挑战,它可能颠覆企业现有的业务范围和盈利模式,同时,若教育企业未能及时进行数字化转型,将面临被新兴数字化企业超越的风险。因此,本文旨在探讨新时期教育企业如何通过工商管理策略的调整和创新,有效应对数字化转型带来的机遇与挑战。

**[关键词]** 教育企业; 数字化转型; 工商管理策略

中图分类号: F203.9 文献标识码: A

## Research on the business management strategy of the digital transformation of education enterprises in the new period

Haolei Fan

Huanghua Onshore Education Consulting Services Co., Ltd

**[Abstract]** In the new era of the rapid development of Internet technology, the rise of cloud computing, big data and artificial intelligence and other technologies has brought unprecedented digital opportunities for education enterprises. The in-depth application of "digital +" improves the efficiency and quality of business management of education enterprises, and promotes the optimization of management mode and the innovation of management strategy. However, technological progress is also accompanied by challenges, which may disrupt the existing business scope and profit model of enterprises. At the same time, if education enterprises fail to timely make digital transformation, they will face the risk of being surpassed by emerging digital enterprises. Therefore, this paper aims to explore how the education enterprises in the new era can effectively cope with the opportunities and challenges brought by the digital transformation through the adjustment and innovation of business management strategies.

**[Key words]** education enterprise; digital transformation; business administration strategy

自2017年起,中国政府工作报告首次提出“数字经济”概念,此后,教育企业纷纷响应政策导向,加速推进数字化进程。通过引入智能化工具,优化教学资源,创新管理模式,实现了业务流程的再造和运营效率的提升。在此过程中,工商管理策略的转变显得尤为重要,企业开始注重企业工商管理策略的实施,以数字化驱动决策,同时,强化人才储备,提升员工的数字素养,确保在变革浪潮中立于不败之地,为企业的变革、发展和创新开辟了新的道路。

### 1 新时期教育企业数字化转型的概念

新时期教育企业数字化转型是指在当前信息化、网络化、智能化技术高速发展的背景下,教育企业运用现代信息技术,对教育教学、管理服务、运营模式等进行深刻变革,以实现教育服务的个性化、智能化和高效化。这一转型过程中,教育企业需关

注关键环节,如优化用户学习体验、强化数据分析能力、构建云端教育资源库等,以此为基础,制定具有前瞻性的工商管理策略。

在数字化浪潮的推动下,教育企业逐步认识到转型并非仅仅是技术的迭代,更是企业战略、组织结构、运营流程的全面革新。在此过程中,企业需关注核心竞争力的塑造,以用户需求为导向,通过数据分析精准定位市场,优化产品与服务。同时,建立健全人才培养机制,提升员工数字素养,确保转型步伐的稳健与成效。如此,方能在激烈的市场竞争中,把握时代脉搏,引领教育行业的数字化转型潮流。

### 2 新时期教育企业数字化转型的工商管理策略

#### 2.1 客户服务层面工商管理策略

##### 2.1.1 构建“双轨”渠道通路

(1)拓展自有渠道。自有渠道是教育企业直接与客户接触的窗口,包括网络、图书和分校渠道。通过以下方式拓展自有渠道,可以加强与目标客户的联系:一是网络渠道。利用移动互联网的发展趋势,构建在线教育平台,提升用户体验;二是图书渠道,推出电子书及线上线下互动式阅读体验,三是分校渠道,实现线下教学与数字化资源的无缝对接。通过“多对一、多对多、一对多”的渠道通路模式,扩大信息辐射面和交流紧密度。

(2)发展合作伙伴渠道。合作伙伴渠道是教育企业通过与外部资源合作,建立的间接渠道。重点在于与社交平台和高校的合作,以扩大渠道通路。首先是社交平台,与微信、微博等社交平台建立合作,利用其广大的用户基数为教育产品做推广;其次是与高校合作,通过线上线下课程共建、资源共享等方式,拓宽企业影响力。此外,通过大数据分析客户需求,实现精准服务,提升客户满意度,从而在客户服务层面形成竞争优势。

### 2.1.2 优化客户关系管理

(1)高效利用数字平台。随着互联网技术的迅猛发展,客户关系管理对数字平台的依赖程度日益加深。为实现更为有效的客户关系管理,教育企业可以创新其客户关系管理系统,在教育行业中,客户关系管理可细分为外部客户管理和内部分校管理两个主要领域。借助客户关系管理系统,企业能够实现对大量客户信息的共享,进而实施实时的客户关系管理。此外,客户关系管理系统的分析功能亦能辅助教育机构迅速响应不同客户在课程模式、内容编排、费用结构等方面的需求,以持续挖掘客户价值,并掌握客户的生命周期。

(2)深化客户管理。教育企业可以通过收集并分析客户行为数据,提供更加贴合个人需求的课程推荐和辅导方案。同时,加强客户的参与度,定期举办线上线下活动,增进与客户的互动交流,以提升客户忠诚度。建立健全反馈机制,及时了解并解决客户问题,不断优化服务质量,为教育行业的数字化转型提供坚实的客户基础。通过这种方式,不仅能够提升客户满意度,还能有效促进客户间的口碑传播,进一步扩大品牌影响力。同时,将客户反馈作为产品优化和创新的重要依据,形成良性的循环机制,不断提升企业竞争力。

### 2.2 产品价值层面工商管理策略

#### 2.2.1 重塑与顾客需求相契合的价值定位

在数字化转型的浪潮中,教育企业必须对其价值定位进行重新审视和构建,以更精准地满足顾客需求。在此过程中,企业需深入思考三个核心问题:我们能为顾客提供何种帮助?我们如何满足顾客的需求?我们能向顾客传达何种价值?基于对这些问题的深入分析,教育公司确定了其价值定位,即为18至45岁的知识型就业人员提供更高质量、更具针对性的职业技能和能力教育,并构建一个满足他们需求的综合教育教学服务体系。

#### 2.2.2 构建数字化教学服务体系

建立一套完善的教学服务体系,是教育企业实现数字化转

型的关键步骤。通过数字化管理平台,企业能够记录学生从咨询到考试结束的整个过程,实现教学的智能化和数字化。借助此平台,教育企业能够智能分析每位学生的学习记录,并持续优化其产品、服务及价值传播,以更好地适应教育需求。

### 2.3 经营管理层面工商管理策略

#### 2.3.1 提升核心资源优势地位

(1)加强教研团队的数字化管理。教研团队是教育企业的核心有形资源之一,其管理的优劣直接关系到企业的教学质量与研发能力。在数字化转型的过程中,教育企业应采取以下措施:首先,扩充与优化教研团队。教育企业应利用数字化工具,拓宽招聘渠道,吸引并选拔更多优秀的教研人才。同时,通过数据分析,精准定位市场热门领域,如专升本、医疗、社会工作者等,以满足不同细分市场的需求。其次,提升教研人员的专业能力。通过在线培训平台和数字化考核系统,定期对教研人员进行专业知识与能力的考核,确保其对考试内容的深入理解和掌握。同时,利用数字化手段,如在线磨课、赛课等,促进教研人员之间的交流与学习,形成独特的教学风格。

(2)构建数字化培训基地。大型培训基地是教育企业的重要有形资源,数字化转型要求教育企业对培训基地进行以下改进:一是利用数字化手段进行集中管理。通过数字化管理系统,实现对学员的集中管理,提供吃住学一体化的服务,确保学员能够全身心投入到学习中,从而提高学习效率和通过率。二是推广数字化教学模式。在培训基地内推广使用智能教学设备和在线学习平台,实现教学内容的数字化,提高教学互动性和个性化学习体验。

(3)增强知识资源的独创性与数字化应用。知识资源是教育企业的核心无形资产,其独创性对于企业的品牌建设和市场竞争力至关重要。在数字化转型中,教育企业应利用大数据分析,洞察行业趋势和学员需求,开发具有独创性的课程内容和教学资源。同时,通过数字化版权保护技术,确保知识资源的独特性和安全性。同时,建立在线知识库和学习社区,促进知识资源的共享与传播,提升教育企业的品牌影响力和市场认可度。

#### 2.3.2 利用平台打造关键业务

教育企业可以通过构建“实时态势感知”平台,基于数字技术,将业务平台、业务前台和学习前台紧密地连接起来,提供个性化的教学资源和服务保障,简化管理流程,使教育企业能够将工作重点转移到提升教学和研究质量上。该平台还能对学生学习进行反馈,指导教学研究的方向,实现核心教研人员与学生之间的直接交流。从而促进教学内容的持续优化,满足学生多元化的学习需求。

### 2.4 财务管理层面工商管理策略

#### 2.4.1 扩展APP订阅收费服务

教育企业应充分利用其APP平台,将现有的免费资源转化为付费服务。通过在线直播公开课、移动题库和商城功能等,教育企业可以吸引用户并提供更深层的学习体验。调查问卷结果

表明,用户对资源收费的接受度较高,因此,引入包月或包年订阅模式,提供如学习计划制定、考试推荐、日常学习反馈等增值服务,将有助于增加收入。同时,打卡退费模式的引入,即用户通过完成日常学习任务并打卡,可获得部分订阅费用的退还,将激励用户持续使用APP并提高用户粘性。

#### 2.4.2 增强非主营产品收入

教育企业应重视非主营产品的收入潜力,与主营业务相辅相成的周边产品,如教育周边、在线问答服务等。为此,企业可通过跨界合作,引入知名品牌合作推出联名产品,或开发具有教育特色的原创商品,以满足学员的多元化需求。通过不断拓展新的收入渠道,教育企业能够实现更加均衡和可持续地增长。

(1) 构建部门独立核算体系。教育企业建立部门独立核算体系能够显著降低管理成本,有助于各部门明确自身成本和收益,优化资源分配,提升运营效率。具体而言,教育企业可依据主营业务或地区划分部门,每个部门负责独立核算其办公场地费、职工薪酬、运输费用等成本,从而将成本控制工作细化至部门层面,减少不必要的成本开支。

(2) 运用数字化技术降低人力成本。教育企业可利用CRM管理系统来优化客户关系管理,减少对大量员工的需求,同时保持与客户高质量的服务关系。此外,互联网技术的应用使得教师能够同时向多个地区的学员授课,有效节约场地等成本,并通过优化师资队伍,提高教研水平。这种技术的应用不仅减少了人力成本,还能够提升教学效率和质量。

### 3 总结

综上所述,教育企业在新时期实现数字化转型的关键在于

工商管理策略的革新。具体而言,教育企业应通过构建以客户服务、产品价值、经营管理、财务管理为核心的四大模块,实现转型目标。首先,建立线上线下相结合的“双轨”渠道通路,有助于拓宽市场覆盖范围并提升服务效率。其次,优化客户关系管理,基于客户需求重塑价值主张,能够增强客户忠诚度和市场竞争力。最后,强化核心资源优势地位,利用数字化平台打造关键业务,不仅能够增加收入来源,还能通过控制成本结构,提高运营效率。由此可见,教育企业通过上述工商管理策略的实施,有助于推进其数字化转型,实现可持续发展。

#### [参考文献]

[1]刘旭原,张世兴.企业数字化转型对可持续经营能力的影响研究[J].工业技术经济,2024,43(07):14-21.

[2]温科,李常洪,黄天英.企业数字化转型、竞争战略选择与突破性创新[J].管理现代化,2024,44(03):66-81.

[3]杨芳,张和平,孙晴晴,等.企业数字化转型对新质生产力的影响[J].金融与经济,2024,(05):35-48.

[4]王稳华,陆岷峰,朱震.企业数字化转型的外部驱动机制研究:基于战略联盟视角[J].现代财经(天津财经大学学报),2024,44(03):69-88.

[5]巫强,姚雨秀.企业数字化转型与供应链配置:集中化还是多元化[J].中国工业经济,2023,(08):99-117.

#### 作者简介:

范浩雷(1994--),男,汉族,河北省定州市人,硕士研究生,讲师,单位:黄骅市岸上教育咨询服务有限公司,研究方向:企业管理。