

# 电子商务对市场营销创新性发展的影响

袁 静

(襄阳汽车职业技术学院,湖北 襄阳 441021)

**摘 要:**随着信息社会的到来,电子商务也成为了现代市场经济体系中的重要组成部分。本文对电子商务对市场营销创新性发展的影响进行了探讨,文章从阐述电子商务特征入手,进一步分析了电子商务对市场营销创新发展带来的影响,最后提出了电子商务对市场营销创新性发展的策略。

**关键词:**电子商务;市场营销创新性发展;特征;影响;策略

## 1 前言

在新的经济形势下,市场局势瞬息万变,企业的发展也面临着新的机遇与挑战,因此企业要顺应时代潮流,不断培养新的业务运营理念,引进新的商业模式。电子商务就是新时期的产物,它改变了传统的营销模式,改变了网络背景下消费者行为,因此如何对其进行充分利用,加强市场营销工作,值得思考。

## 2 电子商务特征

(1)服务性。电子商务指的是企业单位将信息技术引入到企业发展体系中,使得交易活动在网络系统中高效完成的全新的商业运营形式。<sup>[1]</sup>因为网络的全面普及,使得消费者可以通过手机、电脑等工具进入商家平台、了解商品信息进而选购目标商品,这就直接突破了时空的限制,使得购物活动更快捷高效的完成。而企业需要发挥电子商务模式的优势,把眼光从其单位内部逐步向外移开去,真正了解客户需求,打造优质的个性化服务。

(2)商务性。电子商务归根结底只是一种独特的商业模式,因此商务性依然是其最核心的特征。借助网络系统完成商品交易活动,为企业打开了市场空间——其客户数量显著上升,其营销范围大面积拓展,这些都是正面影响;但同样也给企业带来了激烈的市场竞争,企业必须通过拉近与客户信息才能抓住客户的心,进而形成客户黏度。

(3)集成拓展性。电子商务的运行,不是采取与传统商业模式截然不同的形式,而是在保留传统商业模式积极成分的基础上,对其他各种信息化技术手段加以整合与集成,使各种老的、新的技术优势得到共同体现,这就体现了电子商务的集成拓展性特征。

## 3 电子商务对市场营销创新发展带来的影响

(1)改变了传统的营销模式。在传统的商业营销活动中,往往将广告作为重要媒介,对目标商品信息、企业品牌等进行宣传,消费者处于被动接受广告信息的地位,这就忽略了消费者与企业彼此互动的问题。而在互联网模式下,传统促销模式与手段暴露出了相对严重的弊端,这就导致市场营销工作者与消费者彼此脱节,无法保持良好的无障碍沟通。基于此,企业需要对传统营销模式加以创新完善,形成新的营销格局。

(2)改变了网络背景下消费者行为。在信息高度发达的今天,电子商务不仅为企业打开了市场空间,也为消费者提供了更多的商品选择。<sup>[2]</sup>在网络平台上,消费者可以打破时空限制,在电子商务体系中接触大量的商品信息,从而选择满足自己需求、符合个人品味的商品,并且通过货比三家、综合考虑商品质量及购买成本等要素信息,买到最心仪的产品。不仅如此,消费者还能越过中间商,直接与生产商联系、接洽,甚至是要求生产商定制符合个人需求的产品,这就能为消费者提供更别致的消费体验。

## 4 电子商务对市场营销创新性发展的策略

(1)创新营销方式。电子商务模式下的市场体系已经衍生出了越来越激烈的市场竞争,这就为商家抢占市场份额提出了挑战。为此,企业需要首先对产品进行创新与升级,打造优质产品,形成优质的服务,以此吸引消费者到特定商家购买商品。例如,淘宝网的经营就致力于提供各种品类丰富的商品,从大牌美妆产品、名牌服装直

至实惠日用品,一应俱全,更有许多与之相关的虚拟服务——包括手机充值、视频VIP会员充值等,这就在很大程度上满足了各类顾客的多元化消费需求。<sup>[3]</sup>不仅如此,淘宝还致力于完善售后服务体系,使得客户在购买到产品后能够与店家保持联系,由后者针对特定产品的质量等问题提供维修服务,这就能进一步提升客户的好感度。

(2)及时了解消费者需求。电子商务的运营,必须围绕消费者这个核心对象,将产品生产、服务设计等工作的出发点与落脚点都归于消费者身上。事实上,电子商务涵盖了消费和生产的不同层面,产品一经厂家产出后,则会迅速交给市场营销人员进行大范围销售,将其带到消费者身边,这就在无形中编制了一张涵盖厂家、营销人员、消费者等不同要素的网络,消费者使其中心。基于此,企业需要对其本身的服务能力、经营情况等加以分析,对消费者的满意度加以调查,及时获取与消费者需求相关的信息,据此调整企业的发展战略。

(3)促进个性化消费。社会发展步伐加大,新鲜事物逐渐增多,追求新鲜事物、追求新式观念的心理使得消费者在消费过程中逐渐显露其个性化消费观。各式追求个性、满足针对性需求的产品也越来越多,与其他商品的差别性使得量身定做的产品占据了更大市场,极大满足消费者购物对于个性化的追求。电子商务的发展不仅使市场营销范围逐渐扩大,还影响了企业营销手段,一定程度上拓宽了消费者消费范围。商品品种的增多让消费者对于个性追求有了更高要求,因此,电子商务对于消费模式向个性化转变起到了极大推动作用。

(4)转变购买方式。如前文所述,电子商务的运营将互联网平台作为重要设备支撑,这就为消费者与商家的有效沟通、实时交流搭建了桥梁,能够帮助消费者更直接地表达其具体的购物需求,向商家提出关于产品与服务的针对性建议,从而更好地满足其自身需求;而企业也可以以此为契机,对产品进行优化升级,进而得到顾客的认可。此外,电子商务平台设有产品评价和消费体验分享板块,消费者可以更加全面地对产品的质量和功能等进行评估,这在一定程度上突破了传统消费模式中盲目选购的弊端,赋予了消费者更高的主体性地位。

## 5 结束语

综上所述,加强对电子商务对市场营销创新性发展的影响的探讨,意义重大。相关工作人员需要明确电子商务特征——如服务性、商务性、集成拓展性特征等;在此基础上提出电子商务对市场营销创新性发展的策略,创新营销方式,及时了解消费者需求,促进个性化消费,转变购买方式。

## 参考文献

- [1]李小红.分析电子商务对市场营销创新性发展影响[J].科技经济市场,2017(7):116-117.
- [2]庄惠娟,李林.浅谈电子商务对市场营销创新性发展的影响[J].时代金融,2018,708(26):258.
- [3]李若愚.电子商务对市场营销创新性发展的影响初探[J].电子商务,2018,227(11):41-42.