

大数据时代企业销售管理信息化转型问题分析

李永富

(焦作市和兴化学工业有限公司,河南 焦作 454000)

摘要:近年,伴随着国内经济快速地发展,大数据给企业带来更多发展机会,大数据可以保证公司去深度挖掘业务的潜在机会,而且能够分析外界客户需求来快速地销售产品。因而,企业要利用大数据技术,来推动销售工作信息化发展。

关键词:企业;销售管理;大数据;问题;对策

【DOI】10.12231/j.issn.1000-8772.2020.33.136

1 引言

随着科技技术高速的发展,也推动了企业现代化的运营,信息化工具的使用会影响公司未来业务增长,大数据能够增强公司市场竞争优势,而且也是企业业务市场分析的有利工具。因此,在大数据时代下,公司要积极应对信息化带来的挑战,同时还要积极地利用大数据工具实现业务运作合理化管控。

2 大数据时代企业增强销售管理的必要性研究

在大数据时代下,企业利用大数据工具来深入挖掘数据信息,同时企业在运营中,也会面临很大数据利用问题,因此就需要对数据精细化管控。公司还要了解客户需求和市场环境信息,以便做出及时响应,在信息爆炸的环境下,要高效地提取公司数据,并作出正确地处理。通过利用大数据来调整自身的运行方式,充分利用大数据工具,能够在激烈市场中获胜。在当前大数据时代下,高效分析数据信息,避免由于信息滞后性,而影响到公司的决策,并针对数据

泄露风险特征,公司还要做好数据信息保密,避免数据泄露给企业带来损失。

3 企业销售管理存在的问题

3.1 企业信息管理能力偏弱

公司通过制定当年度的销售计划来推动产品的销售,并达成企业的经营目标。在大数据时代下,信息量激增,而且信息传递速度很快,会导致企业信息数据呈指数级的增长。但是目前一些企业对信息处理能力还赶不上信息化发展的速度,目前企业还停留在传统纸质表单信息管控模式上,不能够应对当前信息社会带来各类数据分析、数据挖掘的挑战。销售人员只是依靠自己工作经验来制定销售计划,没有深度地利用大数据工具来挖掘客户潜在需求,造成制定销售计划不能满足市场发展需要,销售活动也不够理想。

3.2 信息收集的渠道较窄,信息不对称

在公司数据收集的环节上,有些企业收集数据的方式效率偏

低,收集的数据不全面,而且企业收集数据的渠道比较窄,还有一些公司停留在通过利用电话询问方式来获取客户的需要信息,在大街上发放调查问卷,这种数据收集的方式效率很低,而且成本较高。数据的收集效果不佳,就会错失比较关键的信息资源,而且企业面向市场范围较广,涉及到的消费人群、竞争对手数量众多。有些企业销售团队往往有几十人,却没有先进的数据收集系统和工具,这就造成数据收集工作带来很多的压力,也造成企业与外部市场出现了很多现象不对称的问题,就使企业经营管理经常出现数据不足,而产生失误问题,影响到了企业产品的销售。

3.3 数据分析筛选能力不足

在大数据时代下,会面临经营中海量数据信息,如何获取对企业有价值数据资源,对公司来讲是一个关键的经营问题。但是部分企业收集到的数据偏少,无效数据较多,这些数据对公司未来产品销售没有太多的价值,这时就需要人员对部分信息进行有效识别,获取对销售最关键的信息资源。有些销售人员并没有合理利用大数据工具来有效发挥数据挖掘的作用,而在经营中受到很多的阻碍^[1]。

3.4 信息应用效果不佳

在大数据时代下,收集到数据信息会影响到后期企业经营决策,影响到公司能否在激烈市场中获胜。因此,公司要广泛地处理那些数据应用效果不佳的问题,主要是公司不能够在短时间内,获取这些数据资源,无法去将这些数据资源高效利用起来,而且受到一些决策人员主观性影响,不能够结合外部市场来制定销售计划,造成数据资源未能够发挥有效价值。

4 企业销售管理信息化的对策研究

4.1 提高企业对大数据应用的重视度

公司内部的职工利用大数据工具来为销售运营提供数据支持,高层领导要关注大数据在企业的应用,高层领导在思想上,对大数据工有高度地认可,才能够引导职工利用大数据工作来挖掘数据背后的价值,利用大数据增强公司的核心竞争优势,紧跟时代发展步伐,各直供需要时时学习,了解外部信息社会的发展状态,可以利用信息工具,来拓宽企业销售渠道。销售部门要组织开展大数据信息化培训,做好大数据应用的宣讲,转变职工思维,来贯彻落实大数据技术下的销售模式^[2]。

4.2 加大信息化建设的投入

企业通过合理利用大数据工具来为产品销售提供更多的运营信息,在公司内部,给信息化建设投入一定的资金。如果公司内部没有更多的硬件支持,收集到的海量数据也无法进行高效的分析,在企业经营方面,企业要投入更多的资金,用于信息化建设,及用于大数据系统的采购。结合公司内部信息系统的升级和大数据引入,来配置合理的资金,并加强人员大数据和信息化技能培训,这样才可以为企业未来信息化发展提供更多的技术支撑^[3]。

4.3 改变传统销售管理模式

公司将大数据思维融入到日常运营工作中,转变职工传统的销售思想观念,大数据时代下,公司要与其他企业进行激烈竞争,还要获取最真实的消费者需求信息。公司获得更多的数据,才能够制定出适合企业市场化发展的运营策略和产品技术方案,使企业的产品能够在市场中脱颖而出。此外,在大数据时代下,也会使得消费者对产品性能价格有更直观形象的了解,这就给企业的产品销售提出了更严格的要求,公司要快速转变过去传统营销方式,以最新型信息

工具和消费者未来的需求,来创新销售策略。还要做出现有产品的升级,去抢占外部的市场,获得更大经营收益。

4.4 加强市场数据的分析力度

公司对收集来的产品数据、消费者数据,及外部市场发展实际,作出细致的分析研究。利用大数据工具来挖掘数据背后价值,只有对数据做出深度的研究,才能够认识到外部消费者具体需求,以及消费者对公司产品的认可度,以便制定出合理销售策略,来应对外部市场带来的挑战,及迎接未来市场的变化。明确未来商品销售市场方向,在技术方面,开发数据分析系统,能够对企业内的经营信息、客户信息、商品信息、供应商信息做出数据汇总,并实现在系统内部数据汇集,这样建立一个贯穿于所有销售工作环节的信息平台。在人员管理方面,还要加大对人员数据信息处理,也可以聘请外部专家或者会计机构来公司去加强数据分析,让职工能够合理地操作大数据系统,深入挖掘数据价值,而且还要给现有销售人员提供更多营销培训,让销售工作人员对外部销售市场有更深的了解^[4]。

4.5 加快推动企业信息化的转型

大数据要作为公司未来改善营销模式重要工具,大数据也要成为公司未来发展的方向,公司要以信息化管理思想作为指引,以技术创新作为动力,以大数据作为依托,把握信息时代的发展机会。同时,还要促使产品与企业经营模式的升级,在大数据应用时,要逐步使各类产品的销售在线上完成,开辟线上市场、互联网市场。

5 结束语

在大数据时代下,公司要逐步向信息化方向转型,逐步推动销售工作线上发展。因此,通过大数据来深度地挖掘销售市场的数据,通过大数据来了解客户的需要,从企业内销售方案编制,到后期销售活动执行等方面,都要应用大数据工具。企业重点关注消费者及关注竞争对手,来形成系统化思维,避免员工眼光局限,要注重专业信息人才的培训,为数据分析工作提供高端数据人才支持。

参考文献

- [1]宫本超,陈斌.大数据时代企业营销信息化管理问题研究[J].中外企业家,2019,631(05):125-126.
- [2]陈杰.大数据时代下企业营销管理创新路径探析[J].智富时代,2019,000(001):33-33.
- [3]李志涛.大数据时代下企业营销数据管理整合创新[J].名城绘,2019,000(004):5-5.
- [4]曹亚方.大数据时代企业销售管理中存在的问题及对策[J].科技经济导刊,2019,000(016):208-208.