

刍议互联网时代企业管理面临的挑战与机遇

郭 瑞

(北京听力协会,陕西 西安 710016)

摘 要:互联网时代的到来,为企业的管理带来了信息获取与处理的变化、营销方式的变化、传统管理模式不再适用等挑战;同时也带来了信息收集更为简便快捷、市场营销机会增多、客户反馈更为畅通等机遇。对此,企业应转变管理理念,简化管理层级,采用信息化的管理与营销方式,以期能够应对挑战、把握机遇,不断提升自己的市场竞争力。

关键词:互联网时代;企业管理;信息化

[DOI]10.12231/j.issn.1000-8772.2021.02.059

近年来,信息技术的高速发展在改变了人们的生活方式的同时,也重塑了经济运行的基本面貌。相应地,企业的经营、管理方式也需要做出相应的改变。对企业而言,这既是对其传统的生产经营模式的一个挑战;也是一个实现自身发展的难得的机遇。因而,在当前的互联网时代,企业应对自己的企业管理模式进行相应的调整,以便于能够更好地适应外界环境的变化,进而提升自身的市场竞争力。

1 互联网时代为企业管理带来的挑战

1.1 信息的获取与处理方面的变化

在互联网时代,信息的传播与获取变得非常便捷了。通过网络平台,可以迅速了解到不同领域的信息。这就对企业的企业管理中的信息收集、处理环节提出了新的要求。在互联网时代,传统的企业信息获取方式已经不再适用,企业必须掌握利用网络来获取信息的能力。而且在互联网时代,信息的数量也非常大。在庞大的信息流中,不同信息间也存在着价值高低及主次之分,这就对企业的信息处理工作提出了新的要求。如何在短时间内提取出有价值的信息来为企业的管理及决策等工作提供必要的依据,这是企业所必须面对的一个问题。

1.2 营销方式的变化

在互联网时代到来之前,企业的营销是以电视广告等一对多的营销为主。很多企业在长期的经营过程中积累了丰富的营销经验并储备了不少相关的人才。但是互联网时代开始后,网络平台重塑了企业与客户之间的关系的基本形态。其中非常明显的变化就是客户的反馈更加具有即时性了。这就要求企业在制定营销策略、开展营销活动时,要对现有的营销手段及客户的消费心理有充分了解,从而才能制定合适的策略、选择合适的手段。特别是随着大数据技术的应用,企业可以更好地掌握潜在客户的情况,从而可以有针对性地进行营销宣传、较为精准地投放广告。要做到这一点,企业就要具备较高的数据收集、处理、分析能力,以便为管理的决策环节提供有价值的必要参考。

1.3 传统管理模式运行不再适用

大多数企业所采用的都是金字塔式的科层制管理模式。这种管理模式的优点在于保证企业的管理权、决策权的集中,避免权力分散所可能造成的一些问题。通过集中化的管理模式促进了企业经济效益的提升。但是在互联网时代,由于信息的获取、处理的高速化等原因,企业的日常运作效率也应做出相应的提升。在这种情况下,金字塔式的管理模式自身所具有的信息传递缓慢、逐层审批传达效率低下的问题也就暴露出来了。简言之,在互联网时代,企业的管理运作必须具有灵活性、高效性的特点。而且也是很多习惯于传统的管理模式的企业所不具备的。

2 互联网时代带给企业管理的机遇

2.1 收集信息变得更为快捷简便

在前互联网时代,如何有效地收集包括用户的需求、反馈及同行业的情况等市场方面的信息是很多企业所面临的一个难题。不少

企业之所以会出现决策失误的情况,就是和他们的前期信息收集工作做得不够好有关。而互联网及相关的信息技术则为信息的收集、整理提供了有利的条件。不仅信息的采集变得更为容易,而且信息的传递也较之以往更为高效、准确了。这就为企业的决策提供了良好的条件。通过高速的信息传递,企业的决策层可以根据随时变化的市场情况及时做出决策加以应对。

2.2 为企业的宣传提供了良好的契机

在以往的企业经营模式中,如何宣传自身的产品、提高本企业的市场知名度是很多企业所面临的一个难题。特别是很多中小企业在这方面的处境尤为艰难。由于缺乏充足的资金支撑,他们无法像那些在本行业居于垄断地位的大企业那样进行大规模的广告宣传。而在互联网时代,企业的宣传、营销呈现出了多样化的特点。很多小企业虽然囿于自身的经济实力和所占有的资源,无法与大企业在同一渠道竞争,但却也可以通过多元化的宣传渠道和精准的广告投放来提升自己在目标消费群体中的影响力。特别是在当下传媒方式多元化的情况下,企业可以通过在社交平台进行宣传来打开市场。在企业管理过程中,管理者完全可以根据企业的产品的特点来制定相应的营销策略。

2.3 为更好地获取客户的反馈提供了条件

在前互联网时代,作为产品的生产、经营者的企业与作为消费者的客户之间的沟通渠道是不通畅的。消费者的产品的使用体验及对产品的更新、升级的期待等信息很难直接地反馈给企业。这就使得企业在对产品进行研发、改良时失去了明确的方向。而互联网平台则为企业与用户之间的沟通与交流提供了条件。通过在互联网平台上与用户的线上交流及对用户的使用体验等信息的收集,企业可以更好地了解自身产品所具有的特点及用户的评价与改进意见。进而,企业再以此为依据来对产品进行升级换代,或是根据市场情况,进行新产品的研发。长期以来,企业的生产、经营活动应以市场作为导向是管理方面的一个共识。而互联网时代则为这一认识的真正实现提供了条件。通过对市场情况的精准把握,企业管理的运作有了明确的方向,在此基础上,科学、合理的生产、经营规划的制定才能成为可能。

3 互联网时代企业管理发展的建议

3.1 转变管理理念

互联网对企业生产、经营活动的影响并不只是局限于传播的媒介等领域,而是涉及到了经营、管理的理念的变化。在传统的经营模式中,企业实际上是以自身作为经营、管理的中心。管理内容的确定及管理手段的选择等都是从企业自身的情况出发的。这在很大程度上也是与信息渠道的不畅通有关。而在互联网时代,由于信息传递的便捷,企业与客户之间的距离明显缩短了。这时企业的管理理念就应由“企业”中心转变为用户中心。也就是说,企业的管理活动除了要考虑企业自身的情况外,还应客户的需求等因素给予充分的考虑。企业应根据客户的需求来制定生产规划、根据客户的反馈来制定产品优化策略、根据客户的信息接受习惯来选择合适的营销方

式。只有转变了管理理念,企业的经营、管理行为才能转变为以市场为导向。

3.2 简化管理层级以提高效率

如前所述,在互联网时代,企业的管理应具有灵活性、高效性的特点。而其原有的金字塔式的层级管理结构并不具有这样的优势。因而,企业要想提升自身的管理效率,就要对已有的管理模式和管理结构进行一定的改变。具体来说,扁平化是一个可行的改变策略。通过简化企业内部的管理层级,信息的传递变得更为高效,企业的管理成本得到了显著的降低。特别是在面对突发事件时,企业可以在短时间内快速地做出决策并予以执行。对一些有条件的企业来说,可以采用团队化的管理模式。通过将一部分权力下放,赋予各团队较大的自主性。这有利于团队根据市场方面的情况及时对自身的策略进行调整,来加以适应。

3.3 运用信息化技术来提升企业的管理水平

在互联网时代,信息化技术除了用于为企业收集、整理、分析信息以作为企业决策的参考之外,还应用于提升企业的管理水平。简言之,就是要提升企业日常管理的信息化程度。企业应从自身的业务性质、企业规模等具体情况出发,采用相应的管理方式。如可以和相关的技术公司合作,来开发适合本企业的办公系统等。为了节约企业运营成本、提升运营效率,企业应尽量多采用线上办公。在一些不是必须进行线下办公的场合,应多采用线上的办公方式。此外,企业内部的员工也应充分掌握信息化的工作手段。如市场部门的工作人员在发现市场方面的变化后,应通过企业内部的信息渠道及时地将这些信息反馈给企业的管理、决策层,以便于企业能够及时制定出相应的对策。

3.4 在互联网平台采取合适的营销方式

在营销方面,企业也应充分利用现代信息技术的成果。通过对目标消费群体的分析,企业可以制定出有针对性的营销策略,并将之进行精准投放。在这一过程中,企业应特别对互联网时代的传媒方式与目标客户的信息接收方式进行关注。目前,信息的传播具有多元化的特征。对此,企业应从自身产品的特点出发,来选择最为合适的渠道进行重点推广。如目标消费群体如果是以年轻人为主,那么就应把投放广告的主要方向集中在年轻人关注较多的短视频平台等。

4 结束语

互联网时代的到来,对信息传播的方式造成了巨大的改变。这对企业的管理活动而言,既是挑战,也是机遇。对此,企业的管理者应转变观念,从互联网时代的信息传播特点和本企业经营、管理的实际情况出发,来制定合适的管理方式,以期能够应对挑战、把握机遇。只有企业的管理水平提高了,企业的生产、经营状况才能得到明显的改变,进而才能在市场竞争中占据一个有利的位置。

参考文献

- [1]耿乔.互联网环境下企业管理模式的创新优化研究[J].产业创新研究,2020(15).
- [2]李美洁.互联网+环境下企业管理模式的创新路径[J].企业改革与管理,2019(22).
- [3]穆家明.浅析互联网环境下企业管理面临的挑战与机遇[J].广西质量监督导报,2019(07).
- [4]苏晓洲.“互联网+”环境下企业管理模式的创新和研究[J].现代营销(经营版),2019(03).

作者简介:郭瑞(1987,05-),女,汉族,研究生,研究方向:企业管理。