

# 大数据环境下的电商企业管理研究及探讨

甘雨鑫

(重庆建筑科技职业学院, 重庆 400000)

**摘要:**网购已成为人们日常生活中不可缺少的部分,大数据环境下,电商企业已由城市普及到农村,为人们生活带来便利的同时也对农村的经济起到了促进作用。随着科技信息的迅猛发展和人们对网购需求的日益扩大,电商企业也要不断完善自身的管理,保证大数据环境下科技信息技术的充分利用,并对企业的管理和客户消费做全面了解,不断改进并优化企业管理模式,以此来推动电商企业发展的持续性和稳定性。

**关键词:**大数据环境;电商企业管理;研究和探讨

**【DOI】**10.12231/j.issn.1000-8772.2021.02.082

大数据环境的产生是网络电子技术飞速发展的必然结果,电商企业在此环境下得到了迅猛发展,电商企业急剧上升的规模有力推动着电子商务市场的快速发展,给电商企业带来机遇的同时也带来了许多挑战。想要保证电商企业发展的稳定性,管理人员需要及时更新管理技术和模式,对企业发展的具体情况做全面了解,不断改进和优化企业内部管理,通过企业发展的有利方面大力推动城镇和乡村基层人员攻坚脱贫的战略计划,保证电商企业发展的持续性和稳定性。

## 1 大数据和电商企业的相关内容

### 1.1 概述大数据

大数据最明显的特点是海量信息、综合数据较强、存储信息比较全面等,不仅包含技术数据,也有商业方面的数据,通过搜集和筛选类似数据将有价值的信息快速筛选出来。最终分析得出的大数据集合应用到企业管理中,不仅可以帮助企业精准处理数据,还能有效提升处理数据的高效性。大数据的值不等同于单纯的数据,而是分析数据所得出的管理决策。对大数据进行分析预估,所发现的数据信息和企业管理间的关系较为准确,如果是常规数据分析,不仅无法得出数据信息和企业管理的联系,也无法通过数据分析得到预测的准确结果。

### 1.2 概述电商企业

大数据环境下,有力推动电商企业的迅猛发展,也诞生了许多代表性的电商企业,同时也加大了电商企业对大数据技术应用的高度重视。随着科技信息的飞速发展,有效实现了对海量数据的各种处理和收集,并有效提升了数据传输的速度和信息量。同时,由于客户数据的产生是源于人们日常各个领域的网购信息,此数据是基于网购源头低成本、传播及时快速等基础上产生的,这些都大大推动电商企业的飞速发展。比如,零售电商的优势在于可以对客户的实际来源和具体消费情况做出实时追踪,通过其日常的消费痕迹等重要信息进行规律性分析,如浏览记录、收藏记录、购买信息等,这些都是电商企业进行商品推广的重要依据,不同级别的客户进行消费所产生的各种数据,为电商企业改进管理模式提供有利条件,企业内部管理人员可以对客户消费的数据进行分析和处理,制定更加商业且个性化的消费活动及推广服务,优化管理模式并创建更加高效的营销管理方式,利用大数据信息的优势将电商企业的管理进行有机融合,有利于促进电商企业经济效益最大化。

## 2 大数据环境下电商企业管理的具体措施

随着大数据在电商企业管理中的广泛应用,企业管理人员也逐渐加大对大数据的重视程度,这为电商企业创新管理模式,向更大的空间发展奠定基础。

### 2.1 大数据环境下电商企业成本管理

传统的数据信息收集和处理不仅需要投入较高成本,还无法保

证信息的准确性和时效性,因此无法为企业管理提供准确全面的理论依据。大数据环境下,保证了电商企业信息收集和处理、分析等更简便,所得数据更加精准。目前,许多电商企业已经根据公司发展的需要,对数据收集和处理完全实现了自动化,能够根据企业需要快速收集数据。同时,由于客户数据信息量大且复杂,应用自动化信息技术便于企业准确全面地了解客户消费和收入情况,以保证电商企业发展的稳定性和持续性,同时也保证企业良好的市场地位。应用自动化信息技术,不仅有效节约了人力和物力等方面的投入,还有效提升了企业的工作效率,提升企业管理水平,使企业数据处理等成本的投入得到了有效降低,还为企业未来的管理方向提供了重要的参考依据。农村电商虽然得到了一定程度的发展,但尚在初级阶段,大数据环境也给农村电商企业带来了许多发展和机遇,管理人员需要不断优化管理模式,利用先进的科技信息技术来完善企业管理,争取在大数据环境的优势下,保证企业经济效益最大化,进而有效推动农村经济的繁荣发展。

### 2.2 使企业的营销手段更加完善

要想为客户提供有效的针对性服务,必须要全面了解客户的实际需求。电商企业可以利用大数据的优势快速全面地收集客户的消费信息,在全面了解客户需求的基础上,同客户做积极有效的交流沟通,并通过个性化服务体系的建立,制定科学合理的市场扩展计划,进一步完善企业的营销手段和管理模式。对营销手段进行建立并完善的基础是需要全面了解客户的消费情况,比如客户针对自己的需求对类似商品的对比和了解,通过大范围寻找和比较将所需商品范围逐渐缩小,然后对需求商品进行最终的确定并下单购买。在此基础上,需要对客户的消费意向进行全面了解,以便为客户提供针对性更强的商品,此种营销模式可以大大降低企业经营成本,保证企业经济效益最大化。由于客户消费的习惯与他们的收入密切相关,因此,企业需要根据实际情况对营销手段进行不断优化和完善,利用数据信息技术进行合理分析和科学预测,以提升个性化服务的质量,进而保证企业发展的持续和稳定。

### 2.3 使企业管理更加精细化

以往对数据进行处理时,基本都是采取抽样分析做综合推断和广泛预测,无法做大批量数据的综合处理,此方法不仅难以获取大量的数据信息,还无法保证数据的真实性,更无法准确全面地了解客户消费意向和消费习惯及消费能力等,不利于企业精细化管理的有效实施。大数据环境下,电商企业可以通过先进的科技信息技术准确收集客户消费信息和消费习惯,并利用数据分析技术科学有效地预测客户消费方向,进而形成科学有效的管理模式。利用大数据优势收集和处理客户信息会更加简便,为企业节约成本的同时,有

(上接 82 页)

效提升了数据的利用率,为企业实施精细化管理奠定基础。

#### 2.4 推动农村物流建设速度,加快物流发展建设

物流质量不仅直接影响电商企业的发展,还是保证企业市场竞争地位的重要因素。推动农村电商发展,不仅需要提高农村物流水平,还需要大力引入物流专业人才,并保证信息网络技术在农村的全面覆盖,为农村电商企业的更好发展提供有利条件。同时,进行农村物流建设还需要依靠政府力量,提高对农村物流基础建设的资金投入和技术支持,对交通和仓储进行重点关注和支 持,并加大对农村专业物流体系的建立和优化,以保证农村电商物流服务水平的更好发展。除此之外,大数据环境下,电商企业还要对农村实际经济状况和特色产品做全面了解和把控,并根据具体情况做针对性的电商发展,以此来提升农村电商企业的市场地位,在保证农村经济效益的基础上,有效提升农村经济发展水平,保证精准扶贫战略发展目标 的尽快实现。

### 3 结束语

大数据环境下,为电商企业的发展带来更多机遇,相关人员应及时利用大数据技术优势来提升企业管理水平,有效推动企业的持续发展。电商企业利用先进的科技信息技术可以快速准确地了解客户消费动向,以便提供针对性商品,保证客户消费需求的最大化,同时也有力地保证了企业的经济效益。针对农村电商企业,需要充分利用大数据技术优势,根据农村消费实际情况和经济状况不断优化企业管理,并加大对大数据的开发和应用,保证农村电商企业的更好发展。

#### 参考文献

- [1]周广利.大数据环境下的电商企业管理研究及探讨[J].现代经济信息,2019(22):305-306.
- [2]赵海.大数据环境下的电商企业管理研究及讨论[J].科教导刊(中旬刊),2018(12):186-187.

作者简介:甘雨鑫(1993,2-),女,重庆建筑科技职业学院,研究生,讲师/中级经济,市场营销。