

数字经济下的企业运营与服务创新管理研究

刘白玉

(大连雅立峰生物制药有限公司,辽宁 大连 116620)

摘要:现阶段,随着科学技术的快速发展,基于云计算、大数据、人工智能催生的数字经济已逐渐演变为一种新型商业形式。在数字经济时代,企业管理逐渐摆脱传统的方式,以数据为支撑强化企业运营方式,革新传统产品服务观念,深入发挥数据的重要作用,促进企业生产发展。在经济全球化的市场经济浪潮下,企业将面临国际、国内越来越大的竞争压力。基于此,企业想实现长久发展,要进一步向数字经济看齐。企业管理必须适应时代的发展,对传统的运营和服务模式进行创新,依托数字经济构建新的管理模式,因此,企业营运与服务创新管理,需在数字经济模式下不断提升发展。

关键词:数字经济;企业运营服务;创新管理

【DOI】10.12231/j.issn.1000-8772.2022.33.163

1 引言

随着社会经济的快速发展,以云计算、大数据、人工智能等现代科学技术不断进步,数据资源在经济生活中扮演着越来越重要的作用,由此产生的数字经济已成为企业发展的重要手段,企业可在竞争日益残酷的市场经济下获得新的活力。在2017年的《政府工作报告》中,国家第一次将“数字经济”写入政府工作报告,明确提出要加快数字经济的快速发展。数字经济为社会发展提供了新的发展动力。企业在现代化的发展过程中充分采用数字经济技术,可以为企业提供前瞻预测,为企业的后续发展提供数据支撑、战略转型等,还能为产品服务的智能化提供技术依据,促进数字经济实现跨越式发展。

2 数字经济定义及内涵简述

2.1 定义

数字经济是依托云计算、大数据、人工智等现代科学技术,在经济全球化的大环境下,以数字技术为核心,基于知识资源的社会经济发展新形势^[1]。经过互联网技术的长久推广应用,目前互联网技术以渗透到社会各领域中,对人们日常生活、生产带来了巨大影响。经济全球化的趋势,使企业更加专注数字技术的应用,企业在日常经营管理中已充分采用数字化技术,进一步加快运营和管理的创新,实现数字经济高速发展,实现企业长久发展、可持续发展。

2.2 内涵

数字经济的内涵,在经济全球化的大背景下,为确保本国经济实现长久发展,避免国际金融危机对本国经济的冲击,各国逐渐意识到数字经济的作用,并逐步在国家战略体系中体现出越来越重要的作用。发展经济是企业管理的目标所在,充分利用数字经济加快社会经济的发展,用数字化技术提高企业经营效益,要求数字经济紧密联系互联网技术并融合数字理论知识与生产要求,优化传统经济结构,构建新的市场经济体系。对比传统的经济体系,数字

经济以无线网移动宽带作为基础,更多地体现数据的分享与分析。企业管理模式提升,就必须加强工作人员数字技术、数字经济意识的培养,使其更好地服务于用户数字化方面的要求,同时也为企业制定合理的发展策略,以适应数字经济时代的浪潮。

3 当前企业服务现状分析

近年来,现代管理技术的引入,为企业管理带来新的模式。在企业职能服务方面,企业对其内部基层单位的分配状况进行了更改。在实际经营中,为了使内部服务指标较好地实现,企业多采用层层下放的模式将规定服务交予基层单位,并以基层员工是否完成内部业务指标作为衡量员工工作成效的标准。在这种职能服务模式,基层员工会出现重工作量而轻工作质量的趋势,无法保障工作质量。在面向客户的服务工作方面,对客户提出的问题缺乏重视,部分企业未创建有效的用户体验反馈体系,影响了用户的服务体验,进而影响整体效益。在企业形象服务方面,随着科学技术的不断发展,网络技术发展水平不断提升,这无形中助力了互联网运行方面的企业发展。互联网运行方面企业具有成本投入少的优势,但同时带来宣传引导缺乏,企业辐射效益有限的问题^[2]。技术服务层面,企业在扩张发展方面投入巨大,在用户体验、服务质量方面有了巨大的提升,但还存在投入成本不足,分布不均,缺乏全覆盖的弱势。

4 数字技术对企业管理创新带来的影响

4.1 扩大企业的知识储备

在信息技术高速发展的时代下,为保证企业进行有效的运营管理,企业必须储备并积累多元化的知识结构。基于数字技术的发展,企业的部分产品与服务不再是一一对应的关系,而是出现了跨领域竞争的情形,在增加企业成本的情况下,也为企业进一步提升管理能力积累了丰富的知识来源。企业在日常经营活动中,不再局限仅围绕单个

产品进行研究的情况,而是结合与顾客日常生活息息相关的产品,充分利用大数据平台分析创新现有服务体系,打造更好的服务平台^[3]。企业借助大数据平台数据分析,不断查找服务短板进而构建更智能、体验更好的服务平台。企业借助互联网技术可以体验到跨行业的产品资源,全方位汇总顾客的消费信息,了解顾客的个性化需求,有针对性地进行服务创新,借此企业可不断增加知识储备,为今后合理制定发展战略提供支持。

4.2 促进开放性管理

互联网具有开放的属性,基于互联网而产生的网络数据同样具有开放、共享的特征,因此企业在革新管理模式的时候也应该继承开放的属性,通过提高流动性管理,企业可以获取更多内部、外部资源,充分利用企业各部门的资源,使企业在开展各项管理工作时更高效迅捷^[4]。企业在实际管理工作中应用数字化技术,可以紧密联系各部门,建立数字化的管理平台,有助于企业管理标准的公开,并将内外部管理信息有效传递。部分有实力的企业可以建立属于自身的服务网站,为顾客提供更好的服务的基础上,可以全方位了解顾客需求,构建数字化商业模式有效连接众包众筹工作及外部信息资源,管理数据信息可以借助数字化技术进行分析汇总,为企业经营发展技术问题的解决开辟新的渠道,进一步降低企业成本。同时,企业还可以建立人才的开放式管理方式,积极采用大数据、人工智能技术挖掘各地企业产品信息,建立数据自身的数据与平台,用户可以在该平台搜索相关产品信息,借此积累更多的用户。

4.3 创新管理流程

在传统企业经营管理中,企业要根据已制定好的管理技术、开发管理内容和改变管理过程等环节顺序,才可以进行管理流程创新,这一过程耗费时间较长,越来越不能适应快速发展的经济发展要求。相较传统管理模式,采用数字技术可以将传统管理环节中的各流程限制,不受时间、空间的限制,快速进行管理方式的创新,达到减低成本、快速适应市场的目的。比如,在进行新产品的研发时,可以采用边研发边听取用户的使用体验,适时修改产品方案。这就要求企业的管理部门及时根据市场变化对管理方式进行改变,及时调整经营策略。

5 数字经济下企业运营创新

5.1 数字化的竞争与战略

数字经济为企业发展提供了新的机遇,加快了企业的执行速度,具体表现在数字化技术的大量运用可以促进企业面向市场转型,或者扩展市场,形成多样化的竞争形式。现阶段,新型数字技术企业对传统企业形成发展冲击。比如,新型数字媒体打破了传统媒体一家独大的局面,微博、快手、今日头条等快速发展,改变了之前人们获取新闻的习惯,传统媒体不再是唯一的获取消息的来源。并且,新型数字企业还出现跨领域竞争的局面,比如,新型科技公司

介入制造业,利用品牌效益强化产品竞争。目前,数字化建设较好的企业,才能更好的适应数字时代的发展,更能凸显品牌效益,也更具有竞争优势。无论是企业还是个人,在日常生活或者工作中对数字技术有较强的依赖性。数字技术有效地整合了线下、线上两个空间,使实体与虚拟实现共同发展,这样促使企业进一步加强数字化技术的利用,加强内外部交流互动。因此,企业应当切实理解数字技术的含义,及时制订相应的计划,促进数字化技术的拓展利用,加强员工数字化工作、学习意识,及时补充学习数字技术,改变传统的工作流程并推动数字业务的开展,在提升工作效率的同时进一步完善和发展新的商业模式,创造更大、更好的经济效益。

5.2 创新管理及商业模式

数字经济下企业采用数字化管理、经营,可以突破原有方式创造更大的利润空间,从而改变员工、用户的价值理念。在企业层面,企业首先要确定数字化的战略目标,指定主要负责人并规划详细的实施步骤,保障企业内部各部门之间紧密配合认同共同目标,加强外部宣传明确企业转型计划。同时,企业应当按照数字化转型的要求,应当对传统的组织架构进行合理调整,以更好的采用数字化技术达到数字化转型的目的。另外,社会的进步使商业数字化在不断发展的过程中暴露出相关人才不足的情况,企业应当通过培养、外聘等方式打造良好的工作环境吸引相关人才,弥补不足^[5]。利用先进信息技术打造数字化平台可以实现多边或多元化的商业模式,借助数字化平台可以改变传统行业之间的屏障,形成聚集效应,可以使互为竞争的企业或者不同需求的用户整合在一起,共同完善数字化平台。通过应用数字化技术,可以有效减少在平台运营维护时对资源的消耗,减少成本投入。数字化平台亦可通过多种方式增加收益,比如,交易佣金、服务费等。数字平台通过用户数的不断增长,提高了平台价值,为创造更好效益奠定基础。

5.3 创新市场与营销手段

相较于传统市场用户被动接受产品,数字经济背景下,用户不单是产品的使用者,还可以参与到企业日常运营中,及时反馈产品使用体验。因产品投入——产出周期缩短,市场精细化分工日趋明显,用户对产品的专一性降低,网上商业推销及用户选择的多元化等因素,用户对产品的消费体验愈加重视。因此,企业要重视数据的搜集及汇总,及时分析线上、线下用户使用情况,并结合用户使用习惯进一步提高服务质量,以提高用户消费体验,加强用户对产品的喜爱度。企业在进行数字化转型时,要重视数字营销手段,多利用数字媒体打造高质量的数字品牌,从线上、线下两个空间完善用户使用体验。比如,企业在塑造良好的品牌效应和形象时,加强线上推广就显得非常重要,充分发挥数字技术优势,满足用户的使用要求,使产品消费与售后同步进行,多收集用户体验,更好地完善产品。

5.4 创新产品与生产

企业在进行数字化产品创新时,采用数字化技术提升产品的功能和形态,实现数字化功能。比如,在产品中融入数字化技术,通过收集用户使用数据,更好地对产品及服务进行优化,以此确保产品保持较高的市场竞争力。同时,企业在进行传统产品的生产时,同样需要数字化转型,比如,在利用3D打印技术进行产品生产时,如果采用传统制造技术,势必影响产品的生产质量和效率,在结合数字化技术进行生产时,利用先进技术将会进一步提高生产效率。在数字经济时代,企业只有充分采用先进数字化技术才能实现精细化生产,企业需要在利用数字化技术在虚拟的环境中对产品进行模拟、论证,生产全过程统一于数字平台,实现生产全过程可控化、智能化。

5.5 创新商品与服务贸易

数字经济促使贸易范围广度扩大,并创新商品和服务贸易模式,企业利用先进科学技术,变革了传统生产、服务模式,降低投入成本缩短交易时间,有助于形成共享经济模式^⑨。同时,数字平台打破了贸易的时空限制,实现线上和线下相融合,简化企业贸易流程,提高贸易效益。数字贸易不同于传统的贸易模式,企业在进行商品销售时,大胆采用新技术、新方法,提高创新力度,以丰富的理论知识为基础保障新技术、新科技的推广使用。另外,企业还应重视对数字资源及知识产权的保护,加强数字经济的规范管理,进一步提高企业管理的效率。

6 企业服务质量提高策略

6.1 加强网络建设

目前,企业的网络建设在技术服务方面发挥着越来越重要的作用。随着社会经济的进步,网络供应商不同程度加强了网络建设的步伐,用户对网络的响应、速度方面的要求越来越高。这种背景之下,企业要想获得用户对产品的良好体验,应该加强网络建设的投入,充分利用数字技术,为用户打造稳定、高效的网络平台,为用户提供良好的体验。同时,进一步提高网络服务的质量和品质,保障用户的消费需求,打造良好的品牌形象。

6.2 提升服务质量

现阶段,随着互联网在全社会的全面推广,企业对线上用户体验的重视程度愈加明显,但不可否认的是,线下服务依然在服务领域发挥着重要的作用,线下窗口服务平台是用户与企业沟通的重要桥梁和纽带。所以,企业在塑造自身品牌形象时,要重视线下窗口服务人员的工作素质与形象。首先,窗口工作人员应具备专业的知识与较高的形象素质,企业要加强窗口工作人员培训,强化公司文化的培养,完善工作人员业务素质。其次,制定完善的考核评价制度,定期组织人员对服务窗口进行监督检查,督促服务人员积极发挥作用,为用户提供良好的体验,从而为企业树立良好的口碑。

6.3 加强品牌宣传

现阶段,企业要塑造属于自身的企业文化,不断培训员工融合于企业文化之中,提高工作人员知识储备和服务能力。在企业文化建设之上,还要加强企业的品牌宣传力度,企业要增加广告宣传的投入力度,通过宣传引导,向用户传递企业品牌,增加用户关注度。广告宣传可在线上、线下两个空间同时进行,不断扩展宣传的力度和广度。企业在进行公告宣传时,要通过数字技术搜集用户使用反馈,有针对性地对广告内容进行优化,广告内容要紧贴企业文化与产品,符合用户的消费习惯和消费需求,吸引用户的注意力。另外,企业还可以开展各种商业活动,吸引用户关注度,增加企业知名度。

6.4 拓宽业务范围

在数字经济时代,企业跨行业、跨领域竞争的情形越来越明显,企业如果依靠单一的产品进行市场经营,终将会被市场淘汰。在这种情况下,企业要拓展自身的业务范围,充分利用线上、线下两个空间,综合运用先进数字技术,加强企业间合作交流,弥补自身不足,多渠道拓展业务及服务覆盖面,提高用户的综合体验度,为企业发展找出新的发展点。

7 结束语

数字经济借助大数据、人工智能、区块链、物联网数字技术,为企业发展创造了新的动力,通过创新竞争模式、贸易模式、管理模式、营销手段等,提高企业运营管理与服务创新机制,为传统企业增加活力和创造力。虽然在数字经济时代下,企业转型与发展存在着种种困难,但企业要想获得持久发展,就必须吸收国内外先进经验,充分利用数字技术打造良好的品牌和企业形象,加强宣传力度,加强企业自身知识和技术储备,增加企业知名度,不断地拓展业务范围,在数字经济时代获得更好的发展空间。

参考文献

- [1]崔新国.数字经济下的企业运营和服务创新管理研究[J].商场现代化,2022(01):118-120.
- [2]石岳.大变局时代企业运营管理模式变革[J].现代企业,2021(07):53-54.
- [3]周云,王嘉琳.数字经济下的企业运营和服务创新管理研究[J].商业经济,2021(06):127-128.
- [4]孔莉莉.大数据背景下企业运营管理模式创新探析[J].现代商贸工业,2019,40(32):69-70.
- [5]陈晓红,唐立新,李勇建,霍宝锋,刘士新,顾远东,张兴伟,吴刚.数字经济时代下的企业运营与服务创新管理的理论与实证[J].中国科学基金,2019,33(03):301-307.
- [6]施克瀚.共享经济下的企业运营思路创新[J].西部皮革,2018,40(06):110+113.

作者简介:刘白玉(1980-),女,汉族,辽宁大连人,本科,中级经济师,研究方向:经济师工商管理。