

基于大数据精准营销的网络营销策略探究

梁旭楷 文正昌

(黔东南民族职业技术学院)

摘要:

在新形势下,我国科学技术不断发展,互联网已经走进了千家万户,互联网用户群体不断扩大,进一步促进了电子商务营销的快速发展,让更多的企业能够利用大数据技术,对消费者的消费需求和消费数据进行详细的分析,并制定针对性的营销方案。当前我国已经进入了大数据时代,大数据技术能够有效地分析消费者的购物需求,能够结合消费者历史的购物参数和历史的购物数据,通过对比分析并预测消费者未来的消费,从而能够让电商企业开展更加精细化、针对性的营销服务,实现精准营销能够促进企业相关产品的销售,扩大企业的产业规模。因此,本文主要对大数据精准营销方式进行分析,明确大数据精准营销的特点、价值,并分析大数据精准营销与传统网络销售的区别,提出相应的优化大数据精准营销的策略,从而更好地为相关企业提供帮助,进一步提高企业的销售额。

关键词:大数据;精准营销;网络营销策略

一、引言

目前,我国已经进入了大数据时代,信息逐渐多元化和碎片化,社会群众可以随时随地快速地通过移动智能终端,获取自身所需要的相关信息,能够更好地利用个人的移动设备,实现购物、消费、娱乐等多种需求,实现了多种功能的一体化,能够满足社会群众基本的生活需求,这在一定程度上,为网络营销奠定了良好的基础,能够有效地让电商企业通过大数据技术,获取消费者的消费习惯、消费资料、消费额度等相关信息,并将相关数据信息进行整合分析,分析消费者的购物特征,预测消费者的消费需求,从而开展针对性、精细化的网络营销,更好地克服传统网络营销的弊端,充分发挥网络营销的优势,更好地利用网络技术进行企业产品的创新和推广,切实地提高企业的经济效益,让企业能够在互联网时代下,获得长远持续的发展。

二、大数据精准营销的定义分析

在新形势下,我国科学技术不断进步,互联网深入到千家万户,在一定程度上为大数据精准营销提供了客观条件,大数据精准营销就是企业通过先进的互联网技术和大数据技术,分析消费者的购物习惯,明确消费者的实际消费需求,从而采取相应的优化措施,让消费者能够积极参与的网络营销活动中,让企业和顾客能够实现一对一的营销和一对一的服务。同时,大数据精准营销技术,也就是利用大数据技术,对消费者过去的购买数据和相关消费数据进行收集和整理,并对相关数据进行详细的分析,从而根据数据分析的结果,判断消费者未来的购物需求,明确消费者的购物习惯和消费喜好,制定出正确的营销方案,更好地促进企业产品的销售,减少企业营销的投入成本。因此,大数据网络营销,也被称作数据驱动的营销。大数据网络营销,在具体开展过程中,主要包括三个环节,首先企业需要依靠多种方式,采取先进的大数据技术和先进的互联网技术,对消费者的各类数据进行收集和整理,比如消费者的购物数据、消费者的消费额度、消费者的购物频率等,将相关数据信息进行收集和整理,然后对整理到的各种数据,进行针对性的分析,从而获得消费者消费习惯以及消费者消费特征的各种信息,最后根据数据分析的结果,进行比对和整理,设计出具有针对性、差异性的营销策略,然后将其投入到网络营销中,让消费者能够更好地根据自己的个人需求,获得更加针对性的消费服务,从而不仅能够有效地提高消费者的消费体验,提高消费者的消费满意度,还能够有效地促进企业产品的销售,能够更好地提高企业的营业额,让企业在互联网时代更加快速的发展。

三、大数据精准营销的特点分析

(一)精准定位目标客户群体

在互联网时代下,企业通过使用大数据技术,能够有效地对消费者的消费行为进行分析和记录,并对相关数据信息进行整理和分类,能够快速利用先进的互联网技术,准确的判断出一个人的消费行为和消费特点,并能够预测该消费者在未来的消费需求,由此判断该消费者是否是企业潜在的客户或企业未来的目

标客户。比如,京东是我国发展速度较快的电商平台,消费者在京东平台浏览或者购买商品时,就会被京东后台记录超过2000项的数据,这些数据能够体现出消费者的基本信息,以及消费者的购物信号和搜索记录,甚至在京东客户后台,也能够发现客户所购买的商品,以及客户的评价和客户的喜爱程度等,这些记录在侧面上能够有效地反映消费者的消费习惯,甚至能够反映出消费者自身的个人行为特点,反映出消费者个人的消费特性,企业如果能够掌握这些消费数据,就能够通过这些消费数据来判断并分析,该消费者是否属于企业目标的目标客户群体,并通过预测客户未来的购买倾向和购买行为,选择相应的产品,进行相应的推送,从而大大的提高了消费者的满意度,大大缩短了消费者搜索商品的时间,促进了企业产品的销售,实现了双方的共赢。

(二)精准推送营销活动

通过采用大数据技术,企业能够有效地分析企业潜在的客户群体和企业的目标群体,能够潜移默化地了解企业群体的潜在消费需求和购买习惯。因此,商家在推送新产品或者是在促进产品销售时,就可以根据其潜在的目标客户和潜在的目标市场,进行针对性、差异化的营销,可以在自己的营销范围内,选择精准化的目标客户,并通过线上广告或线上推送等多种方式,将产品信息推送到消费者的移动智能终端,让消费者能够浏览该产品,并对该产品有一定的影响和了解,从而在后续促进转化,更好地销售该产品[1]。比如,作为消费者,每次打开淘宝界面时,淘宝页面的首页都会推荐出不同的产品,并且如果在浏览该产品时,浏览停留的时间较长,或者是多次重复刷到同一类产品,那么在下次打开首页时,就会推送一半以上的该产品,这就表明电商平台利用大数据技术,分析了每个人的消费偏好后,把每个消费者最喜欢、最有购买欲望、最需求的商品,放在了电商平台的显眼的位置,并及时的推送给了消费者,让消费者能够通过不断点击,不断浏览的方式,刺激消费者的购买欲望,让消费者能够更快速地进行商品购买,提高商品的转化率,进一步提高商家的购买力。因此,通过这种精准营销的方式,不仅能够大幅度减少消费者的搜索时间,提高消费者的购物体验,还能够为消费者提供针对性的购物体验,让客户在短时间内,更快速地接受该产品,有效地促进产品的销售和推广,提高了客户对商家的评价,实现了双方的共赢。

(三)有效控制营销成本

在互联网时代下,采用网络精准化营销的方式,能够有效降低商家的营销成本,能够有效克服传统营销模式的弊端,让商家能够更好地根据消费者的消费特征和消费者的消费需求,开展针对性的营销活动。与传统营销模式相比,商家通常会从整体出发,制定科学的营销方案,但这些营销方案通常是根据商家个人的主观经验所制定的,都是需要对后续的营销成本、产品、计划成本、人员成本进行综合的分析和计算,但市场是不断变化的,人力资源、货物资源等的价格和供给关系也是不断变化的,就会导致在后续实际的营销过程中,与传统的营销方案中的相关数据存在一定的偏差,导致商家难以在短时间内,更好地控制实际的营销成本,增加了商家实际的营销投入,在一定程度上,增加

了商家的经济损失。并且,如果商家采用了传统广告或电视的营销方式,也难以带来与精准营销相同的经济收益。部分商家投放的广告,只是在电视或网站页面滚动播出,但并没有吸引消费群体,并没有提高商品的转化率,在一定程度上,增加了商家不必要的经济投资,造成了企业资产的流失。因此,采用大数据网络营销的方式,能够有效地控制商家的实际营销成本,能够精准的投放营销页面,根据消费者不同的消费需求,投放针对性的营销产品和营销广告,能够大幅度的降低商家的营销成本,增强商家成本的可控性。此外,用户在接收到商家的相关信息时,也能够进一步提高消费者的消费转化率,能够进一步为消费者提供自身所需要的产品,缩短消费者的时间,同时也提高了消费者的满意度,让消费者能够在收到产品后,及时的反馈相关数据,以便商家更好地纠正后续的错误,创新产品并升级产品,减少了企业不必要的资本投入,更好地提高了企业的运转效率,促进了企业的长远发展,提高了企业的营销效率。

四、大数据精准营销的网络营销价值

(一) 优化客户关系,提高好评率

在新形势下,在大数据时代,催生出的大数据精准营销的销售模式,在一定程度上,突破了传统营销模式的弊端,能够更好地促进企业的长期发展,实现企业和消费者的双赢。企业在选择该营销方式时,具有极大的经济价值和社会价值。企业可以通过大数据技术和互联网技术,采取网络营销的方式,扩大潜在客户的规模,并加大潜在客户的挖掘力度,积极地根据相关数据信息,分析消费者的潜在购物需求,并逐步拓展企业市场营销覆盖面,强化消费者对企业产品的信任度,提高企业的社会价值[2]。同时,企业也可以利用大数据技术,及时的收集相关消费者的信息,能够及时地获得消费者的反馈,并根据实际的市场需求和客户的其他需求,开发升级产品,并设计新的功能和新的产品,满足不同消费者对企业产品的实际需要,让企业逐渐的扩大目标客户,扩大客户群体,巩固与客户之间的关系,切实的提高了企业网络营销的质量。此外,在新形势下,我国经济高速发展,我国企业的发展规模不断扩大,企业的市场竞争日益激烈。为了进一步减少企业的客户流失率,提高企业的经济效益,企业的管理者需要采用先进的信息技术和互联网技术,通过精准化的网络营销方式,优化企业与客户的关系,并全面了解,并分析客户的实际消费需求和潜在的消费需要,防止出现更多的客户流失,不断地创造符合消费者需求的新产品,提高消费者购买公司产品积极性,并增强企业与消费者粘性,更好地扩大企业的购物群体,防止客户的流失,更好地优化客户关系,维护企业和消费者之间的关系,促进企业其他产品的发展。

(二) 明确企业的发展目标

在互联网时代,商家通过采用先进的数据技术和互联网技术,也能够有效地分析企业未来的发展方向,能够通过对比并分析消费者,消费群体的不同购物需求和购物需要,开展针对化、个性化的营销服务,也可以根据消费者的实际需求,创新企业的产品,研发出符合新时期消费者需求的产品和服务,从而更好地增强了消费者与企业的联系。与此同时,企业的管理者也可以在信息时代下,及时分析并预测消费者实际的购物需求,可以将消费者的购物需求与企业未来经营和发展方向联系在一起,让企业能够在向客户提供新产品和新服务的过程中,生产出符合消费者实际需求的产品,更好地促进了企业,在新形势下的转型升级,吸引更多的消费者,激发消费者的购买欲望,实现企业的长远发展。比如,淘宝、京东等电商购物平台,就可以利用线上,大数据技术精准的分析客户的购物需求,并对客户群体进行分类,对目标客户进行深度挖掘,并挖掘目标客户的共性,并利用大数据技术,及时的分析共性客户群体的未来的购物需求,并以消费者的特点和消费的消费特征为基础,对企业的产品或服务进行针对性的升级和优化,从而更好地提高了客户对企业的忠诚度,促进了企业的发展和进步[3]。

(三) 预测消费者的购物需求

在大数据时代下,企业可以有效地利用大数据技术和信息技术,对消费者的购物习惯、购物特征、购物需求进行分析和了

解。消费者,在电商平台中是通过虚拟用户的状态而存在的,消费者的购物需求和消费习惯是在时刻出现变化的。因此,工作人员在采用大数据精准营销的工作方式时,也能够有效地利用先进的数据技术,预测消费者未来的消费需求,可以在开展针对性的营销工作时,结合线上线下客户的多方需要,明确线下客户的实际购买需求和购买欲望,充分的发挥网络营销的实际作用,并采用先进的大数据技术和互联网技术,分析网络上消费群体的需求变化情况,并及时的分析和预测消费者未来的购物习惯,更好地开展针对性的网络营销方式,及时的调整网络营销方案,并采用多样化、多元化的营销方法,激发不同层次的消费者的购买欲望,让消费者能够更好地进行针对性、差异化的消费,强化精准化网络营销的销售效果,让企业能够更快速的销售产品,让企业增加经济利益。此外,在大数据时代,企业通过采用大数据技术和互联网技术,也能够充分发挥数据对比、数据识别、数据挖掘等多种功能,能够让电商营销企业,在竞争网络营销的过程中,结合大数据技术,更好地做好消费群体分析和受众需求预测的工作,从而为企业的后续发展和制定后续的营销决策,提供一定的数据支持,能够进一步提高后续营销方案的科学性和有效性,保证精准网络营销方案的有效落实,切实的提高了企业的营销效果,提高了企业的经济效益。

五、有效开展大数据精准营销的网络营销策略分析

企业在新形势下要紧跟社会和时代发展的步伐,要积极采用先进的大数据技术和互联网技术,开展针对化、精细化的网络营销工作。线上电商平台在开展网络营销时,通常包括以下工作步骤[4]。首先,企业需要积极地采用大数据技术和互联网技术,采取多元化的措施,大量的收集客户信息,明确客户群体,并记录基本的客户数据和客户的购买数据,然后通过相关数据技术,对消费者的相关数据信息,进行分类储存,并建立起客户画像,明确客户群体和目标的客户群体。其次,企业通过分析相关数据,制定针对性、差异性、精准性的网络营销方案,然后具体落实,并实施营销方案,最后再评估网络营销成果,计算网络营销成本,在评估的基础上。进一步完善和升级网络营销方案,进一步分析和明确企业具体的客户需求,更加精准、更加科学的筛选目标客户和目标群体,然后再通过多次不断完善上述过程,更好地进行差异化和针对性的网络营销。因此,在大数据时代,为了进一步提高企业的销售额,充分发挥精准网络营销的效果,电商企业必须冲破传统粗放式的网络营销模式,要积极的在新形势下,采用新型的精细化网络营销的方式,不断升级和优化网络营销策略,促进企业转型,实现企业的长效发展。

(一) 客户画像的营销策略

客户画像,就是电商企业利用先进的大数据技术和互联网技术,收集到的消费者消费数据、消费信息、基本信息等相关数据信息后,将相关数据信息进行收集和整理,并对相关数据信息进行分析,通过分析的结果,大致勾勒出每一个消费者的基本购物特征和基本购物习惯[5]。电商企业,要积极以客户画像为基础,开展后续的精准化的网络营销活动,并以客户画像作为后续开展精准推送网络营销广告的重要依据。首先,电商企业要在线上平台中,设置自己的消费平台,方便电商企业能够随时随地地收集客户的相关信息,明确客户的使用习惯和消费习惯,进一步的提高了相关数据信息的科学性和合理性。其次,在采取传统收集信息的方式时,企业为了有效地控制成本,通常会采用抽样调查的方式,通过案例结果,来估计全体消费群体的消费需求,这在一定程度上,会增加测试结果的不确定性和偶然性,而采用大数据技术,能够有效地提高数据信息收集的效率,能够最大程度地降低分析结果的误差,并增加收集数据的准确性和科学性。客户画像,不仅包括客户基本的消费特征,还包括消费者的消费倾向、消费行为、消费习惯等,这些数据信息能够为企业制定长远消费决策提供一定的帮助,消费者的消费习惯在一定时间内是不容易改变的。因此,分析消费者的消费倾向和消费习惯,也能够让线上平台更好

地定位目标客户,从而帮助电商平台,更快速的筛选出合适的目标群体,从而在后续开展针对性的网络营销服务时,电商平台能够切实地采取针对性的营销策略,实现差异化的理想销售效果。同时,线上营销平台,也可以采用先进的信息技术快速地建立数据库,能够在建立数据库之后,不断地优化分析结果,并根据分析的结果,开展针对性的营销活动,从而有效地明确了客户的消费偏好,更好地开展针对性的营销活动。

(二) 积极采用迎合需求的网络营销策略

许多商家,为了进一步迎合消费者的购物需要,在设计和创新产品时,出现了产品同质化的现象,在一定程度上,影响到企业的长远发展,导致企业的产品同质化过于严重,市场竞争力逐渐下降,难以满足部分消费群体的实际需求,降低了企业的经济利益[6]。因此,在新形势下,电商平台要积极采用先进的营销方式,要采用精准的网络营销,并根据大数据技术,分析出客户画像,明确具体的客户需求,并分析出具体的客户偏好,采取针对性的迎合需要的营销策略,可以从整体出发,积极地进行产品创新和产品升级,满足差异化个体的不同需求,从而更好地巩固企业原有的客户群体,并进一步在巩固原有客户群体的基础上,进行个性化、差异化的营销,真正的满足了社会群众的购物需求,提供了更加个性化、更加多元化的产品服务。此外,电商企业也可以采取定制享受的服务模式,可以按照不同客户的实际需求,定制并设计出独一无二的产品,提供独一无二的定制服务,通过这种方式,不仅能够有效地提高企业的经济利益,也能够有效地扩大企业的消费群体,能够让其他消费者,在短时间内了解到企业的产品,明确企业产品的质量,从而进一步扩大企业的覆盖面积,提高企业的经济效益。

(三) 采用多平台营销的组合战略

目前,我国已经进入了互联网时代,社会群众人人都可以通过移动智能终端,获取相关信息,信息逐渐多样化和多元化,这在一定程度上,虽然能给社会群众的生活带来了更多的便利,但也会产生信息碎片化,会导致社会群众在多元化的信息中,难以找到自己的兴趣,也难以让消费者针对性地找到自己所需要的产品和服务。因此,电商平台,为了在短时间内迅速地集中消费者的注意力,就要积极采取优化措施,采用针对性的竞争网络营销的方式,积极的创新传统的网络营销方法,积极的采取多平台组合的营销模式,更好地集中线上线下平台的营销优势,更快速地扩大企业的覆盖面积,巩固现有客户,扩大客户群体,增大客户基数,要采取传统线下平台营销的方式,实现多种平台的有机结合,从而更好地根据不同营销平台的定位,扩大企业的实际销售范围,并提高企业的社会信誉度,让企业能够获得更多社会群众的关注和喜爱。此外,采用多平台结合营销的方式,也能够有效地帮助电商企业,快速地拓宽客户的来源和渠道,能够针对不同的渠道客户,提供不同的购买服务,推送相关产品,并满足不同客户群体的购买倾向,更快速地完善企业销售的数据库,让企业在后续设计产品时,更快速的满足多元化的客户需求,切实地促进了企业的长远发展[7]。

六、结论

综上所述,在大数据时代,电商企业要想更快速地提高经济效益,扩大企业的受众群体,就要积极改变传统的网络营销方式,要积极的采取精细化、差异化的网络营销方式,让电商企业的产品逐渐向个性化和创新化方向发展,并积极跟随社会和时代发展的步伐,不断创新网络渠道,创新网络营销方式,并采用多种营销平台组合销售的方式,进一步扩大企业的覆盖面积,拓宽企业产品的销售渠道,让企业的产品,能够更好地符合消费者的实际购买需求,促进企业的长远发展,提高企业的经济效益。

参考文献:

- [1] 亚克蒲·亚森.基于大数据精准营销的网络营销策略探究[J].全国流通经济,2022(03):23-25.
- [2] 郭嵘.大数据背景下网络媒体广告精准营销的策略研究[J].商展经济,2022(01):49-51.
- [3] 莫文水.基于大数据精准营销的网络营销策略初探[J].营销界,2021(30):28-29.

[4] 赛吉拉夫.大数据时代背景下企业网络精准营销的策略探索[J].营销界,2020(47):7-8.

[5] 洪成蹊,陈俊翔.大数据环境下网络媒体广告精准营销策略研究[J].湖北开放职业学院学报,2020,33(19):132-133.

[6] 郑剑红,易小梅.大数据精准营销下旅游网络营销策略发展与思考[J].当代旅游,2019(10):274.

[7] 彭劲杰,龙若兰.大数据环境下移动网络广告精准营销策略探究[J].管理观察,2018(13):72-73.