

数字经济时代的企业管理变革策略分析

李 阳

黑龙江省省直机关第五幼儿园, 黑龙江 哈尔滨 150001

[摘要]随着经济的不断发展,数字经济成为时代发展的主旋律,数字经济也因此而改变了人们的生活习惯。企业为了在激烈的市场竞争中获得更多竞争力,就要从管理变革策略中入手,以此来优化企业管理模式。文中通过对企业管理进行分析,并结合实际对数字经济时代下的企业管理变革对策提出个人观点,希望为关注数字经济时代企业管理变革的人群带来参考。

[关键词]数字经济时代;企业管理;管理变革策略

DOI: 10.33142/mem.v5i2.11800

中图分类号: F272.92

文献标识码: A

Strategy Analysis of Enterprise Management Reform in the Era of Digital Economy

LI Yang

The Fifth Kindergarten of Heilongjiang Provincial Organs, Harbin, Heilongjiang, 150001, China

Abstract: With the continuous development of economy, digital economy has become the main theme of the development of the times, which has changed people's living habits. In order to gain more competitiveness in the fierce market competition, enterprises should start from the management reform strategy, so as to optimize the enterprise management mode. In this paper, through the analysis of enterprise management, and combined with the reality of the enterprise management reform in the era of digital economy, personal views are put forward hoping to bring reference for the people who pay attention to the enterprise management reform in the era of digital economy.

Keywords: digital economy era; business management; management change strategy

引言

在数字经济时代,利用数据实现资源配置优化成为了众多企业在经营发展阶段关注的重点,人们的思维模式、生活节奏都在数字经济时代发生了转变,只有针对时代背景积极推动企业管理变革,才能够促使企业在激烈的市场环境下存活下来,并在经营期间创造出更多经济效益。因此,有必要对数字经济时代企业管理变革策略进行研究。

1 数字经济时代企业管理变革分析

1.1 管理对象

市场经济体制的改革令如今的市场环境出现了细化,在细致化市场环境中,传统市场营销由于工作内容较为粗糙,所以很难满足消费者的真实需求,此时企业的市场竞争力便会有所下滑。所以在数字经济时代的大环境下,企业必须通过数据技术来掌握消费者的需求情况,只有改变原有的营销策略,迎合营销对象消费习惯的改变,才能够在数字经济时代实现企业的可持续发展^[1]。

1.2 营销基础

企业经营期间所开展的传统营销活动往往要遵循 4P 营销理念,从卖方视角出发找出能够影响买方消费的营销要素,以此来保证营销活动的合理性与规范性。数字经济的发展打破了传统营销的平衡,企业开展的营销活动必须更加注意消费者的个人体验。所以在开展营销活动时,企业要将 4C 营销理念当作营销基础,通过满足买方的消费需求能够促使营销活动得到更多人的认可。

1.3 营销方式

在数字经济时代,企业营销方式必然会发生转变,传统营销活动开展时往往需要企业产品经历多重中间商,才能够正式进入市场,流入市场的产品价格也会在此期间逐渐走高。数字经济时代则可以通过线上、线下相结合的方式直接强化企业与消费者之间的沟通与交流,通过线上了解商品、线下邮寄商品的方式来直接促成交易,这种营销方式的转变将会使企业、消费者达到共赢。

传统营销活动几乎都是由企业组织营销队伍开展线下营销,通过在人流密集的区域组织线下营销来提高知名度。在营销过程中,消费者可以直接与营销组织近距离接触,并了解到营销物品的基本信息。而在数字经济时代,营销组织则会更多通过网络来推动营销,人们可以通过网络、APP、网页看到营销活动,如果想要加深对于营销活动的理解,还可以与平台、客服人员通过网络进行沟通交流,由实体过渡至虚拟的营销组织成为了如今人们更加适应的一种营销模式。

2 数字经济时代为企业营销管理带来影响

2.1 数字经济对市场、要素的影响

在传统营销活动中,买卖双方需要在约定地点进行会面,正面完成沟通交流与交易,买卖双方的核心目的就是在心目中的价位层面达成交易。而在数字经济时代的作用下,企业营销在网络中获得更多的交易机会,但是其面对的市场压力却会有所增加。企业必须同时站在买卖双方的角度来完成市场考量,通过结合动态数据评价市场情况,以此来规划

企业开展的各项营销活动,因此在数字经济时代,企业需求便属于市场生产要素,只有结合数据信息不断满足企业生产需求,才能够使企业为用户带来足够丰富的高品质产品^[2]。

2.2 消费者需求与企业生产能力的平衡

数据经济时代令企业的产品生产条件得到了优化,因为数字经济时代的发展意味着企业技术的发达,在时代发展中,技术不过关的很难抢占足够的市场份额。企业在生产产品时,需要面对消费者日益增长的需求,通过信息技术以及其他新兴技术能够实现产品的优化。而且由于网络高度发达,企业产品往往会在竞争企业的恶性竞争下被仿制,所以为了进一步强化企业营销,企业在发展阶段就必须重点考虑差异化竞争。在数字经济时代,科技的提高令产品生产逐渐趋于机械化、自动化,人力成本也会因此而降低,很多企业为了拓展销售渠道,会选择将更多经济投入市场营销,通过全方位调研营销目标群体的实际需求,能够促使企业产品变得具有多样性,只有不断满足用户需求才能够令企业在激烈的市场竞争中存活下来。

3 数字经济时代企业管理变革对策研究

3.1 产品创新

在企业经营发展中,无论具有多么新颖的营销创意,都必须保证产品质量能够满足消费者的实际需求。如果产品质量无法满足消费者日益增长的产品需求,便无法为企业积累到足够的客户群体。因此在营销管理变革中,企业必须将目光投放到产品质量中,通过针对产品性能、质量、功能等进行创新,可以令企业更好地满足用户需求。除此之外,还要综合数据信息来考虑企业营销的未来发展趋势,然后积极融合新兴科技开展低能耗、零污染产品的研究与生产,然后匹配新时期营销模式来实现产品、营销的双管齐下,带动企业的长期持续发展。

3.2 提高消费者忠诚度

数据信息时代的核心便是产品更新换代快,所以为了精准掌握消费者的需求情况,企业就应该找到合适的方式与消费者构建出紧密的合作关系,以此来为客户提供具有足够价值的产品以及产品信息与服务。企业通过创建消费者窗口,能够借此机会聆听消费者的心声,进而针对消费者的实际需求开展产品、服务、营销模式的综合优化,带动企业的持续发展。

3.3 发挥平台优势

随着企业管理方式的不断改变,传统管理模式如今已经很难满足用户的真实需求,只有充分利用新兴技术才能够有效实现管理优化。企业在数字经济时代,其产品销售平台发生了改变,对于线下店面的依赖程度正在逐渐缩减。很多大型企业的线下门店,其面对的消费群体正在逐渐趋于老龄化,而线下店的作用也由引导消费转变成为了服务为王,所以企业在发展阶段必须发挥出线上平台优势,通过开辟线上平台来集中企业消费群体,以此来更加贴近如今的消费者,进而掌握不同消费者群体的消费习惯,提高企业的经济效益。通过搭建网络营销平台,可以从消费者、

市场等数据信息中提炼出有价值的数据,以此为核心来开展企业管理优化,能够带动企业的长期发展。

3.4 企业组织形式的变革

信息技术的持续发展缩短了人与人之间的沟通距离,不仅是企业与客户,企业内部之间的联系同样变得十分简单,各级部门领导与基层员工之间的联系变得更加简单。在企业管理中,所有企业人员都可以通过网络获取到大量信息,如果想要在企业内部进行理念宣传,可以通过信息平台实现瞬时传播,因此在数字经济时代,企业原有的组织形式需要进行变革,通过变革来逐渐适应如今的社会。在信息技术的帮助下,企业可以根据自身的人数情况重新规划组织结构,通过加强领导层级与基层员工之间的互动交流能够令企业组织结构逐渐呈现出扁平化的发展趋势,这种组织形式能够有效降低企业的管理协调成本,强化企业满足用户需求的能力,并为有能力的基层员工提供更多参与企业发展决策的机会。除此之外,还应该贯彻柔性化组织形式,通过在企业内部增加部分以专项任务为导向的临时团队,来提高企业员工的工作效率。临时团队可以根据项目需求来完成人员调度,这种组织方式将会进一步提高企业的发展灵活性,确保在面对市场变化时,可以自由搭建工作小组,提高企业的基层自主权,保证企业管理效果^[3]。

3.5 推行自组织化管理思想

自主化是一种以人为本的思想,企业通过完善激励制度能够令员工自觉进行工作,通过自我驱动工作意识,能够令基层员工发挥出创造力。在企业经营期间,可以实现以企业经营发展为核心的工作自由,在保证员工工作可控的情况下发挥出每一名员工的个人能力。在自组织化思想中,需要重点强调全员管理,所有员工结合自己的实际情况与公司需求来制定符合个人需求的管理模式,这也是人本理论在数字经济时代的一种创造性企业管理模式。因为数据经济时代同样意味着员工能力的提高,因为每个人都有自己的奋斗目标与奋斗动力,所以可以通过激励来为员工提供工作方向,即便管理人员没有指定详细指令,自组织化也会令员工自行完成工作。

4 结论

总而言之,在数字经济时代,企业为了获得更为广阔的发展空间,就必须在经营发展阶段对传统企业管理方式进行变革,只有企业主动迎合时代的发展需求,才能够顺利发展下去。相信随着更多人了解企业管理变革的重要性,数字经济时代下的企业一定会找出适合自身的发展方向。

[参考文献]

- [1] 邢兆宇. 企业管理变革与信息化建设融合发展问题研究[J]. 企业改革与管理, 2020(10): 14-15.
- [2] 戚聿东, 肖旭. 数字经济时代的企业管理变革[J]. 管理世界, 2020, 36(6): 135-152.
- [3] 徐作圣, 于超. 量子思维: 产业转型与企业管理变革[J]. 企业管理, 2021(1): 119-121.

作者简介: 李阳(1980.9—), 女, 所学专业: 高等教育学, 职称及学历: 中级经济师, 硕士研究生, 职务: 会计。