

摘要

在计算机信息技术日益发达的今天，我们已跨入大数据时代。大数据不仅给人们带来了便捷，同时也对社会生产、生活等各方面产生巨大影响。所以，更有一些企业想要利用大数据技术进行数字化建设，从而获得快速的发展。大数据时代下，企业要想获得持续竞争优势就必须对现有的管理理念、管理模式进行变革，这样才能有利于企业改善经营管理，使顾客及资源价值得到更好的发挥。同时，也能为企业带来更高的利润。职业培训行业在我国社会经济当中占据着重要地位。在这个行业里，很多企业都意识到了数字化对企业发展的巨大意义，并且开始尝试着将这些理念融入企业的企业管理之中。如今越来越多的职业培训机构已经意识到大数据所具有的重要意义，并且积极利用大数据技术来协助企业进行数字化转型和解决企业中的问题。

大数据时代到来后，职业培训机构在企业管理上也需要根据时代和市场的变化而不断创新，但是目前，在职业培训行业中，如何在大数据视角下，对企业管理进行创新和优化，尤其是对市场营销策略的优化，还需要不断地深入研究。本文运用 4Ps 理论和 STP 理论，并将国内外专家学者对职业培训行业、职业培训行业的营销以及大数据营销的理论分析作为理论基础，对 A 职业培训机构市场营销策略的现状进行分析，通过问卷调查法，了解当前 A 职业培训机构所采用的营销策略中存在的问题以及产生问题的原因，并针对存在的问题，基于大数据视角，提出相应的营销策略优化方案。

本研究通过对职业培训行业的深入分析，发现大数据在培训行业中具有广泛应用的潜力。在未来，大数据技术将成为职业培训行业的重要支撑。职业培训机构可以通过大数据技术对客户需求进行深入挖掘，提高培训效果和客户满意度。同时，职业培训机构还可以通过大数据技术对行业数据进行分析，了解整个行业的发展趋势和市场需求，从而制定更加符合市场需求的培训计划和经营策略，提高自身的核心竞争力，推动整个行业的快速发展。

关键词：职业培训行业；大数据营销；营销策略

目 录

摘 要	I
ABSTRACT	III
第 1 章 绪论	1
1.1 研究背景	1
1.2 研究意义	2
1.2.1 理论意义	2
1.2.2 现实意义	2
1.3 国内外研究文献综述	2
1.3.1 职业培训行业的研究	3
1.3.2 职业培训机构营销策略的研究	4
1.3.3 大数据营销的研究	5
1.3.4 文献述评	6
1.4 研究思路和方法	6
1.4.1 研究思路	6
1.4.2 研究方法	9
1.5 创新点	9
第 2 章 概念与理论基础	11
2.1 大数据概念和特点	11
2.2 营销策略理论和方法	11
2.2.1 STP 理论	11
2.2.2 4Ps 理论	13
2.2.3 PEST 分析法	14
2.3 大数据营销的概念和应用价值	15
2.3.1 大数据营销	15
2.3.2 应用价值	15

2.4 本章小结	16
第 3 章 A 职业培训机构市场营销策略的现状分析	17
3.1 A 职业培训机构概况	17
3.2 外部环境分析	17
3.2.1 宏观环境分析	17
3.2.2 行业环境分析	19
3.3 A 职业培训机构市场营销策略现状	21
3.3.1 A 职业培训机构的产品策略	21
3.3.2 A 职业培训机构的价格策略	22
3.3.3 A 职业培训机构的渠道策略	23
3.3.4 A 职业培训机构的促销策略	23
3.4 本章小结	24
第 4 章 A 职业培训机构营销策略存在的问题及原因分析	25
4.1 调研问卷设计与实施	25
4.1.1 调查问卷设计	25
4.1.2 调查问卷实施	25
4.1.3 调查问卷结果分析	26
4.2 A 职业培训机构市场营销策略中存在的问题	31
4.2.1 课程价格设计不合理	31
4.2.2 课程设计跟不上市场需求	31
4.2.3 客户渠道管理不规范	31
4.2.4 促销模式太过单一	32
4.2.5 售后服务不到位	32
4.3 A 职业培训机构市场营销策略中存在问题的原因	33
4.3.1 目标市场定位模糊	33
4.3.2 市场调研不充分，缺乏数据分析	33
4.3.3 缺乏专业的大数据营销团队	34
4.4 本章小结	34
第 5 章 基于大数据视角的 A 职业培训机构营销策略优化	35

5.1 A 职业培训机构培训业务 STP 战略	35
5.1.1 市场细分	35
5.1.2 目标市场选择	35
5.1.3 精准市场定位	36
5.2 大数据在 A 职业培训机构市场营销中的应用	36
5.2.1 构建营销数据库，深入挖掘相关数据	36
5.2.2 转变服务观念，树立服务营销新观念	37
5.2.3 大数据分析，进行精准营销	38
5.3 基于大数据背景下 A 职业培训机构市场营销方案设计	39
5.3.1 产品的项目化运作，优化课程结构	39
5.3.2 完善定价机制，提高产品的价值	40
5.3.3 完善销售渠道，进行规范化管理	41
5.3.4 提升消费者信任，加强品牌建设	41
5.3.5 创新促销方式，制定多样化促销策略	42
5.4 本章小结	42
第 6 章 A 职业培训机构营销策略的实施保障	43
6.1 组织保障	43
6.2 数据保障	43
6.3 技术保障	45
6.4 本章小结	46
第 7 章 结论与展望	47
7.1 研究结论	47
7.2 研究展望	47
参考文献	49
附录	53
致谢	57

第 1 章 绪论

1.1 研究背景

随着互联网信息技术的不断演进，它已经成为对人类影响最大的事物之一，特别是网络购物、移动支付以及远程办公等方面，让人们的生活和工作变得更加便利和方便。与此同时，人类的各种行为特征已被以数据的形式记录下来，这些数据的特点包括体量庞大、种类繁多以及价值密度较低等。通过对这些数据的整理和分析，企业可以获得大量有用的客户信息，包括基本信息和交易信息等原始数据，从而深入了解客户的消费偏好、行为特征和市场需求等衍生数据。从此我们也开始迈入大数据的时代。大数据的应用在今后市场中的作用越来越重要，已作为我国“十四五”建设的重要内容，国家对此尤为重视，在提出的《“十四五”数据中国建设专题政策研究报告》中，指出了近些年大数据在我国的经济发展中，在各个领域中的应用和取得的成果，同时也指出了大数据产业今后发展遇到的机遇和挑战^[1]。

近些年，随着我国经济体制的改革和优化，国家也出台各种政策促进就业，增加就业和现有就业岗位和优化更新。尤其是互联网信息技术的发展，催生了很多互联网技术岗位，根据人才市场招聘信息来看，要求计算机相关专业的岗位在近几个月内一直处于前列。同时对 IT 人才的技能要求也在不断提高。一些职业培训机构就可以将高校毕业的学生经过实训，再输送给企业。以技能培训再就业为主的软件职业教育行业也迎来了机遇和挑战，当前整个人力资源市场中，人岗不匹配导致公司难以招聘到合适的人才，而对于软件职业培训行业来说，依然采用传统的营销模式，无法精准锁定需要提升个人技术的人员，致使目标客户不明确和市场定位不清晰等问题也一直存在，如何在大数据背景下运用更有效的市场营销策略来抓住机遇和迎接挑战，也成了当下软件职业培训行业集体需要面临的问题。

A 职业培训机构在从 2010 年成立，经过十多年的发展，作为中国软件职业培训高端品牌，一直秉承“用良心做教育，还教育一片净土”的理念，全力打造软件人才服务平台。公司专注于软件项目外包和软件技术人才培养及派遣、技术咨询；致力于服务各大

软件企业，解决当前 IT 技术飞速发展，而企业招不到优秀人才的困扰，致力于培养面向 IT、互联网领域的软件方面的中高端软件人才。本文主要研究在大数据背景下，运用大数据技术对 A 职业培训机构现有的市场营销模式进行升级和优化，希望能够对 A 职业培训机构的发展做出一些理论上的指导。

1.2 研究意义

1.2.1 理论意义

本研究旨在分析 A 职业培训机构的营销策略，基于国内外学者的营销策略研究，深入探究 A 职业培训机构中存在的问题及其原因，并借助 STP 理论对市场进行细分及目标市场确定，以此进行市场定位。将大数据技术应用到营销策略中，对 A 职业培训机构的营销策略进行优化。目前在软件职业培训行业的营销策略研究方面，从大数据视角的研究相对较少，因此本研究不仅能提供参考，也有望进一步丰富该行业营销策略相关研究成果。

1.2.2 现实意义

近年来，随着软件职业培训行业的不断发展，虽然 A 职业培训机构在激烈的竞争中仍然出类拔萃，但是近两年公司效益整体在呈现下滑趋势，同行业的竞争也是日趋激烈，A 职业培训机构依然采用传统的营销策略。如果 A 职业培训机构想要在软件职业培训领域保持领先地位，就必须进行营销策略的创新和优化，根据市场变化情况有针对性的研究和改进。在大数据背景下，通过对市场的细分，确定目标市场，总结经验和教训，不仅可以改善 A 职业培训机构目前的经营状况，提高市场营销效率，还能为同行业的其他公司提供一定的经验和借鉴意义。

1.3 国内外研究文献综述

随着互联网信息技术的发展，大数据技术也成了近些年来热门的话题，国内外学者对大数据、大数据营销以及市场营销策略做了大量研究，探讨如何将大数据技术与营销策略进行结合，运用大数据的技术来提高市场营销的效率，降低企业成本。本文查阅了大量国内外文献，下面分别从职业培训行业的研究、职业培训机构营销策略的研究、大数据营销三个方面进行综述。

1.3.1 职业培训行业的研究

最近几年以来，随着社会对于 IT 技术人才迫切需求和成年人对 IT 技术的热爱，软件职业培训机构也随之快速发展。为了满足日益增长的需求，IT 职业培训机构利用大数据的优势，逐步将精准营销理念引入到 IT 职业培训机构的营销改革中来。对于 IT 培训机构的营销实践及研究中，在国外职业培训行业是一个相对火爆的产业，也被评为最具有发展前景的行业之一。美国政府在早些年就开始重视职业教育，在职业教育上就投入了大量的钱财，在整个社会上也建立了一套自己国家的职业教育体系，在一定程度上也是加快了民办职业培训机构的发展，职业技能培训行业也开始蓬勃发展^[2]。Brisset 从美国技能培训发展史角度进行分析，通过对多家职业技能培训机构的调查，从而分析得出，将职业技能培训机构进行连锁化经营，加上品牌建设，才是在市场中站稳脚跟，从而实现资源利用的最大化^[3]。根据职业培训机构中劳动力市场需求之间的相互关系，Roger 和 Esra 做了很多分析和研究工作，他们把劳动力市场的需求变化同课程设计和营销策略相结合，在市场营销中寻找创新之处，从而吸引更多的顾客并促进机构业绩水平的提高^[4]。

虽然我国政府在职业培训机构方面提供了相对较大的支持，从一定程度上促进了该领域的发展，然而，我国的职业培训行业尚存在许多问题。马伟的研究著作指出，我国职业培训机构市场定位不明确、准入门槛较低、监管不力、质量水平参差不齐等行业规范性问题。当前，职业培训机构的发展还面临着培训内容与实际脱节，从业人员素质参差不齐以及缺乏统一的行业标准和评价体系等诸多困境。为改善上述问题，必须加强行业规范性及法律法规建设，包括制定行业规范、建立行业标准、加强行业监管等措施，以规范职业培训机构的经营行为，确保其经营的合规性和可持续性^[5]。瞿寰宇、周佩颖和卢玉研表示，当前职业教育市场竞争激烈，且已发展起来，由于缺乏政府监管机制，造成一些不合规现象，给职业教育行业发展带来很大障碍。同时由于缺乏相关法规和标准的约束，导致行业企业之间存在恶性竞争，严重损害了职业教育的形象和声誉。因此，政府应通过加强监督、制定行业标准、发挥监督作用、规范和引导产业等措施来改善这一现象^[6]。李军杰在研究中强调传统的教育培训行业已无法满足现今社会的发展需求，如何在互联网时代下寻求发展已然成为传统教育培训行业需要面对的问题^[7]。段佩霞对培训行业进行研究中发现，不同的经营理念会对培训机构的经营模式产生很大的影响，

也会影响到机构的产品设计^[8]。随着信息科技的发展，徐珊珊指出大数据必将促进教育培训的创新与发展^[9]。宋吉星，毛景源等学者就提出基于大数据视角，IT 培训行业可以利用大数据的技术，将培训业务进行扩大发展^[10]。周晔学者在此基础上，更是进一步说明 IT 培训机构是如何将大数据技术和公司业务相结合，从市场定位到客户需求分析再到最后的营销分析等业务上都进行了阐述^[11]。周敏运用 PEST 分析法对一家知名培训机构进行分析，指出其中存在的问题，还提出相应的解决措施^[12]。因此 IT 培训行业如果可以从大数据的视角进行业务分析，将会为客户提供更加专业性和独特性的个性化产品。

1.3.2 职业培训机构营销策略的研究

我们所处的现代社会是信息和科技迅速发展的时代，人们的消费行为和消费方式随着时代的更新也在一直不断地变化，市场形势更多样化、复杂化。企业要想在瞬息万变的市场上占有一席之地，并且能够持续不断地发展和壮大，使用正确的市场策略显得尤为重要。Vladimir 研究职业教育的发展前景，在他看来，现在职业教育的市场需求，规范化要求和专业发展都决定着职业培训产业发展的道路。在此背景下，构建基于大数据时代的职业培训体系就成为必然的选择。只有对资源进行系统整合和高效利用，才是可持续性发展^[13]。Raju 对线上职业教育进行了研究，得出通过线上教育模式能够丰富产品设计层次、充分利用碎片化时间、使之产生价值，在提高机构品牌形象和竞争力的同时，提高教育效果^[14]。Mosalagae 针对职业培训机构的研究结果指出，好的市场导向与科学指标能够对市场推广有所帮助，并且能够通过与现状及自身发展方向相适应的营销策略起到很好的推动作用，所以有必要建立市场导向观察机制与科学绩效体系^[15]。Akgün Gülendäm 对玻璃厂进行职业培训时发现，经过职业培训后的员工不仅能有效利用护耳器达到职业健康防护的目的，还能向护耳器制造商建议不同情景和人群对护耳器需求的差异，以改善产品设计，这种效果对职业培训活动具有重要广告作用^[16]。Annabelle 通过对客户关系管理维度的研究得出有必要采用客户忠诚度管理对客户关系进行维护，并注重竞争对手的活动以便采取有针对性的对策，才能较好地保持客户关系，从而逐步培育客户忠诚度，其在渠道策略上的价值显得尤为重要^[17]。菲利普·科特勒在他的著作《教育机构的战略营销》中对教育培训机构中的市场营销问题进行了研究分析，指导教育培训机构如何在竞争市场中通过市场营销来获取更多市场和利润^[18]。我国著名学者李巍通过对职业教育行业的分析，指出面对“互联网+”的新常态经济，教育培训企业的未来

发展势必会同互联网技术、VR 技术等结合得更为紧密，手机 APP 等新媒体的运用也必将成为教育培训企业争夺的下一个重点营销领域^[19]。李超通过调研发现，部分培训机构将教育服务视为一次性交易而导致客户资源流失，有必要将客户关系管理融入企业经营制度中^[20]。张茂聪、马超表示，教育培训机构因涉及教育层次而与政府保持良好关系，这一方面是为了得到政府的扶持，另一方面也是为了及时得到教育规范的要求，另外还应该与行业协会保持联系，以便得到不断的信息及资质提升^[21]。邓美容研究了我国 IT 培训行业品牌营销问题，通过 IT 培训行业营销环境及营销方式的研究，指出了我国 IT 培训行业由不同层面的营销发展到整合营销，品牌化营销策略能提供产品附加值，让企业获得充足利润以增强竞争力，说明了品牌营销在 IT 职业技术培训中的必然性^[22]。

1.3.3 大数据营销的研究

近些年来，在互联网信息产业的推动下，随着科学技术的进步，对大数据的研究也在越来越多。在企业管理和生产运营方面，大数据技术的应用能够提高公司决策的效率和科学性，实现精准营销，减少公司成本，赢得更多的市场份额。许多专业学者致力于研究大数据营销，探讨其应用前景。国外学者 Madge 和 Paul Brown 从市场营销层面出发，着重探讨企业如何借助大数据力量针对客户群体展开搜寻，借助精准客户定位确保企业市场营销在提升自身经济效益的同时效率能够得到相应提升^[23]。美国著名学者比尔·弗兰克提出大数据是帮助企业快速适应不断变化的市场环境的关键，他系统论述了分析运营化，并且从建立团队、创建文化、升级分析方法论等方面为企业的大数据营销提出了建议^[24]。Dursun Delen 从商业价值层面出发，针对大数据挖掘方法等作了详细说明，指出了借助一系列挖掘方法对商业价值更高信息的挖掘^[25]。王其和分析了大数据触发的消费行为的新特点，将给企业的市场营销策略带去新的变革，认为大数据将对今后企业的发展之路起到极其重要的影响^[26]。刘德松对大数据在企业中各个方面的应用进行了分析，指出和传统营销不同，借助大数据技术，可以满足客户们的个性化的需求，提升客户满意度，企业也可以定制多种丰富的营销方案，形成高效的营销体系^[27]。麦德奇则从客户角度进行从出发，指出了如何通过大数据来识别盈利的顾客，并以最为高效的方式与这些顾客联系以提高顾客购买力^[28]。

大数据技术对于企业营销行为所产生的影响更是体现了企业开展市场营销的方式与手段，以此为基础还可以形成以大数据技术为背景的精准营销。康俊,刁子鹤等人在研

究中发现,新一代信息技术的发展带来了营销战略的营销环境变革、营销能力变革和营销组织架构变革,提升企业在市场感应、顾客连接、营销计划与执行等方面的营销能力^[29]。成立华,何颖辉就大数据融入企业内部销售管理展开研究,其系统地探讨大数据在企业精细化销售管理中的关键性作用,并就企业市场拓展,销售计划编制及实施过程中跟踪控制等方面给出建议^[30]。唐志晶和孙景浩在调研时利用深度学习算法构建了主成分分析和多项 Logistic 模型,并指出数据挖掘技术可以用于对商品进行精准营销和对不同网络平台进行广告投放,可以帮助商家制定营销战略并定量分析在哪些恰当的时机和位置将商品通过恰当的途径卖给适合自己的人群^[31]。

1.3.4 文献述评

通过以上文献的梳理分析,国内外学者对于职业培训机构、大数据营销和职业培训行业营销策略都进行了探究。其中,国外学者对其的研究起步更早,得出了大量的理论和方法,形成了一套较为完整的体系。国内学者的研究更多的是基于国外已有的理论及方法,通过结合我国企业的实际情况,借助现有理论和方法通过操作实践进而解决企业的实际问题,同时关于职业培训机构的营销策略研究较少,如今,科技信息技术发展迅速,从大数据视角来分析职业培训行业的研究更少。

近年来,大数据这一概念已为众人所熟悉,有关理论研究日益增多,为正在从事职业培训机构工作的研究生们提供了丰富的研究思路。然而职业培训行业与其他行业大数据营销有所不同,职业培训机构由于自身特点,将大数据背景下市场营销策略运用起来,将更具有灵活性。职业培训机构可以根据自己机构的实际发展情况以及市场需求的变化状况来灵活变动,从而带动职业培训机构的发展。从大数据视角看软件职业培训行业是当下众多学者重点关注的课题,然而通过文献的搜索发现有利用大数据技术进行职业培训行业的市场营销策略优化的研究不多。

1.4 研究思路和方法

1.4.1 研究思路

本论文以 A 职业培训机构现行营销策略体系为研究对象。首先,采用文献研究法,对国内外优秀学者研究成果进行分析、整理、总结,这也成为本论文的理论基础与导向。

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/196030121150011005>