

企业获取 Internet 信息的基本技术与策略研究

谭利文 马哲明

(吉林大学信息管理系, 长春 130012)

摘要 本文首先介绍了一些对企业来说一般的 Internet 信息获取技术, 再以这些技术为基础介绍了企业高效获取 Internet 信息的一些实用的策略, 其最终目的就是想让 Internet 为企业提供更好的信息服务。

关键词 Internet 信息 基本技术 策略 搜索引擎

中图分类号 G202 **文献标识码** A **文章编号** 1007-7634 (2004) 05-0578-03

Research on Basic Technologies and Strategies of Enterprises Obtain Internet Information

Tan Liwen Ma Zheming

(Department of Information Management, Jilin University, Changchun130012)

Abstract The paper recommends some general technologies of obtaining internet information for enterprises at first, then introduces some practical strategies for enterprises to obtain internet information high-efficiently based on these general technologies. The final purpose is that let internet offer better information for enterprise.

Keywords Internet information Basic technologies Strategies Search engine

1 概述

(1) Internet 信息。

Internet 信息随着网络的发展, 正成级数级的增长, 它也日渐成为我们获取信息的主要源泉。从这我们可以浏览新闻、体育、娱乐、电子杂志、商业等各种信息, 基本上可以满足我们多方面的信息需求。它对使用者来说具有快速、时新、丰富、方便等优点, 人们既可以被动的去接受 Internet 信息, 也可以主动去获取 Internet 信息。

(2) Internet 信息对企业的重要性。

俗话说的好, 商场如战场, 企业要想获得发展, 要想在众多的企业竞争中求生存, 就必须使出浑身解数去赢得胜利, 只不过这是一场没有硝烟的战斗而已。不同的时代, 竞争的策略、方式和采用的手段是不一样。在如今的信息时代, 企业要想在竞争中取胜, 就必须打好信息战。其实, 信息本身不管是在古代, 还是现代, 不管是对于商业, 还是军事, 都是非常重要的。

信息对企业的重要性, 主要体现在: 第一, 企业通过及时了解信息制定经营策略。商机是企业的生命, 企业及时掌握信息, 制定自己的经营策略, 及时参与竞争, 才能获得市场和业务, 使自身得以生

存和发展。第二, 企业经营管理中, 随着市场化和信息化的进步, 信息成为企业管理的重要手段。现代企业的重要标志之一, 是企业管理的科学化和信息化。实际上, 从事与招投标有关业务的企业, 信息管理工作本身就是企业业务中非常重要的工作内容。第三, 信息也是企业树立市场形象的重要手段。企业获取商机, 不仅需要及时了解信息, 同时需要树立企业自己的品牌和信誉, 以便顺利达成商业合作。通过信息宣传自己, 使别人了解企业, 便成为企业经营活动中不可缺少的工作内容。因此 Internet 信息作为信息时代信息获取的主要源泉, 对企业的重要性是不言而喻的了。

2 企业获取 Internet 信息的基本技术

2.1 获取的方法

(1) 直接登录网站。这种方法, 也是最通常意义上的 Internet 信息获取方法。根据自己所需要获取的信息, 以及自己所了解到哪些网站上可能包括这类信息, 在浏览器中敲入网址, 直接登录到这些网站, 进行浏览。比如, 想看看最近国内或国外的最新新闻, 可以直接到 www.sohu.com 或 www.sina.com.cn 等网站, 选择你自己所需要的主

题进行浏览。这种方法的优点是快速、省时。缺点是有时通过这种方法查询并不能获得满意的结果。

(2) 网页提交单。对于有自己网站的企业来说,可以通过在网站上设置问卷式的表单,让浏览者去填,来获取消费者对企业的产品或是服务的看法。这种方法由于信息直接来自消费者,因此相对来说比较准确,能够快速、方便的获取消费者的第一手资料;但缺点是,对于这种无偿的活动,消费者的积极性不高,因此获得信息量少。

(3) 网站论坛。对于有自己的网站论坛的企业,无疑是获取消费者互动式信息的最好方式。通过网站论坛中消费者的讨论,我们可以得到不同用户从同一方面、同一角度或是不同方面、不同角度对企业产品、服务、形象、甚至是与竞争对手的比较有一个大概的了解,从这我们还可以了解用户的真正需求、实际的消费心理。

(4) 电子邮件。企业可以通过网页表单或是其它形式,主动去收集、积累有效用户和潜在用户的 E-mail 地址,然后通过邮件群发或者针对不同的用户群邮件特制的方式,向他们发送电子调查表单以及产品推介信息。这种方法简便易行、成本低,但是反馈率不高。

(5) 讨论组。通过设立电子公告板或者网络新闻组发布有关信息,以便从访问者的讨论中获取最接近市场的客观材料。

2.2 获取的工具

Internet 是一个把各个领域、各种信息资源连接在一起的信息资源网。为了帮助用户从浩如烟海的信息海洋中找到自己需要的信息,在互联网上开发了一些查询工具,通过它们,我们能更快、更方便的获得我们所需要的信息。如:

Archie: 它是一个文档服务器,是匿名 FTP 服务器上文件目录的一个分布式数据库检索系统,是一种自动标题服务。

Gopher: 它提供的是一种文本信息浏览服务。

WAIS: 这是一个广域信息服务器。

www: 是 World Wide Web (万维网) 的简称,它具有集文本、图像、声音、动画等多媒体信息为一体的特点,为用户提供万维网交互式信息查询服务,也是目前 Internet 上最为流行的检索工具。

网络数据库: 包括国内外的网上联机检索系统,从这能获取更重要的、专业性的信息。

搜索引擎: 搜索引擎是提供给用户进行关键词、

词组或自然语言检索的工具。用户通过提出查找要求,搜索引擎代替用户在数据库中进行查找,并将查找结果反馈给用户。搜索引擎根据不同的划分原则,可以分为目录式搜索引擎、机器人搜索引擎,综合性的搜索引擎、专业性的搜索引擎等。

搜索引擎对用户具有方便、实用、迅速等特点,用户一般只要在搜索框内输入自己想要查询的关键词,就能快速的找到和自己的关键词匹配的相关信息。因此它适用于所有的普通用户,这也是它发展较快的原因。但是,现在的搜索引擎也有许多缺点,就是关键词选择的不同,结果可能相差很大或者结果中包括了许多垃圾信息。所以,要想利用搜索引擎真正找到自己最满意的查询结果,还需要一些查询技巧。当然,对于这方面的专业人士来说,他们在关键词的选定、限定条件的确定、组合关系的选择方面是比较科学的。我在这里就想介绍对于非专业人士,比如一般的企业人员进行 Internet 信息搜索时的一些实用的技巧和策略。

3 企业高效获取 Internet 信息的策略

3.1 直接获取的策略

3.1.1 电子调查表单设计的技巧

(1) 尽量附加一些详细而又简洁的背景资料。

在设计电子调查表单时,要求附上多种形式的背景资料,对每个调查指标最好附加规范的指标解释,也可根据需要适当附加一些图形和图像资料。以便被调查者能正确理解其含义和口径。

(2) 设置特征标志。

特征标志是进行分类统计的有效工具,因而要根据具体的调查问题,选取一些指标为特征标志,比如年龄、学历、职业、地区、数量等等,以便信息的分组处理和对数据质量的检验控制。

(3) 进行选择型查询。

开展网上信息直接查询,应力求提供更多的选择型问题,尽量减少被访问者通过输入信息来回答问题的次数,增加被访问者回答问题的积极性。

3.1.2 需要采用有关的计算机和网络技术

(1) 网上用户身份验证技术。

为消除同一被调查者多次填表,而给调查结果带来偏差的可能性,可采用“Ip+若干特征标志”的办法,作为被调查者填表唯一性的检验条件。

(2) 随机 Ip 自动拨叫技术。

通过一个随机 Ip 地址发生软件,随即产生一批 Ip。再由一个 Ip 自动拨叫软件向这批 Ip 发出呼叫,并传送网上调查的信息,接到该信息的用户可以自己决定是否参加调查。

(3) Java, ActiveX 或 Javascript 技术。

这些是制作网上调查表单所需要的软件,国外已经商品化。网上调查问卷一般是交互式的,为便于被调查对象参与调查,要尽量采用比较简单的程序。而这些技术在这方面相对来说具有优越性。

3.2 间接获取的策略

3.2.1 搜索引擎的使用技巧

(1) 研究后选定关键词。

对于企业人员来说,由于没有检索技术的专业知识,因此当检索不太熟悉的课题项目时,首次就选出较为正确的关键词是不大可能的。针对这种情况,提出了研究后选定关键词。

研究后选定关键词,就是先到专业网站、权威网站,输入初步确定的关键词,在搜索结果中,找出一二篇相关文献仔细阅读,研究斟酌,从中选出更为准确的关键词后,再到网上进行全面系统的检索。这样不仅能保证检索出来的资料的可用性强,还可以避免因关键词的不正确所造成的时间浪费。实践证明,它对企业人员在互联网中尽快地找到所需信息的帮助是很大的,成效也是十分的明显。

(2) 选择好的搜索引擎。

好的搜索引擎,对搜索结果也有很大的影响。因为我们通过搜索引擎搜索,其实是在该搜索引擎服务器的数据库中进行匹配查找的,而不同的搜索引擎,它们的数据库内容是不一样的。因此不同的搜索引擎对 Internet 信息的覆盖率是不一样的,而优秀的搜索引擎能帮助用户获得较高的查准率和查全率。

目前来说,最好的中文搜索引擎有两个:google 中文搜索(www.google.com.cn),它界面简单、功能强大、速度快,Yahoo、网易都采取了它的搜索技术。百度搜索(www.baidu.com),它不但可以帮助访问者以最快的速度 and 准确度找到目标信息,还提供了一条整合网站信息资源,最大化信息利用率的途径。新浪网、ENET、搜狐都采用了百度的搜索技术。

(3) 善用排除法。

我们通过搜索引擎进行搜索,有时搜索结果是数以千计,数以万计的,但是这些结果中可能有你

需要的信息,同时也包括了许多垃圾信息。善用排除法会使你很快的找到你所需要的东西。

在用搜索引擎进行自动搜索时,有的信息往往会重复出现,对此我们可以采用限定那些重复信息出现的方法(即在搜索词的字框内输入被多个网站连接的信息文字,并在字前加上减号),这样就可以排除那些重复出现的信息,优化了查询结果。采用逐次附加新的检索条件的方法,缩小检索范围,也可以优化查询。

(4) 经验法。

对于没有检索专业知识的企业人员来说,以前查询的经验也是一个宝贵的知识库,它能帮助你比较快的选定本次查询的关键词,从而节省时间,提高查询工作的高效性。因此,在你每次进行一次新的查询,而运用了一些新的方法和技巧时,最好能记下来,这对你以后的查找可能是有很大帮助的。

3.2.2 网络数据库的使用

网络数据库包括网上联机检索系统在内,是企业获取 Internet 信息的重要源泉,这里的信息相对来说,更有助于企业获取竞争信息。主要有三种类型:

(1) 商业类数据库,如 Dialog(www.dialog.com), Data Star(ds.datastarweb.com), Profound(www.profound.com), 万方数据资源系统(www.wangfangdata.com.cn), 新华社综合数据库(www.info.xinhua.org)等。

(2) 学术数据库,对于跟踪和评价新技术、新成果非常有用。例如 OCLC Firstsearch(www.oclc.org), EI Conoebdex Web(www.ei.org), ISI(www.isinet.com), 中国科学院数据库(www.sdb.ac.cn), 中国期刊网(www.cnki.net)等。

(3) 专利数据库,可用以分析竞争对手的技术特点和实力,了解其技术发展动向。主要有:QPAT-US(www.qpat.com), MicroPatent(www.micropat.com), IBM Patent Server(patent.womplex.ibm.com), 中国专利文献数据库(www.exin.net/patent/), 中国专利信息网(www.patent.com.cn)等。

利用电子邮件和邮件清单搜索。目前,许多网络的内容提供商(ICP)、传统媒体公司,以及一些企业都利用 E-mail 发布公司的最新动态和产品服务信息。因此,通过 E-mail 收集信息是最快捷有效的渠道。只需到有关网站进行注册,便可进行信息收集分析。Mailinglist 则是为方便(下转第 640 页)

分类, 然后从它的分类判断这个新客户需要的咨询服务, 及其是否能给公司带来利润, 从而决定是否将其作为潜在客户来对待。咨询公司还可通过对客户属性的理解, 进一步分析市场, 寻求有相似属性的潜在群体, 进行目标咨询营销, 获得新客户, 延伸公司利润。

(3) 客户保持。随着我国市场经济的快速发展, 市场竞争日渐激烈, 与客户的关系显得尤为重要。客户可分为“无价值客户”、“有价值且不易流失的客户”、“有价值但易流失的客户”, 数据挖掘主要应用于“有价值但易流失的客户”, 分析其主要特征及流失原因, 发现隐藏的易流失客户, 针对不同情况采取相应措施。

(4) 提高咨询公司总体水平。将数据挖掘应用于成果数据库, 分析案例的绩效指标, 发现针对不同咨询业务应采取的相应服务和不应提供的无价值的咨询服务。将知识发现用于以后的案例, 可大大提高公司工作效率和成果, 降低成本。将数据挖掘用于客户数据库, 发现客户需求的集中信息和知识, 然后对公司从业人员进行目标培训, 实施继续教育, 为进一步的发展竞争创造条件。

(上接第 580 页)

公众讨论相关话题而设立的公告板块。每天在邮件清单中发表的信息会发送到用户的电子邮箱中, 这是 DejaNews 所无法收集的。

以上介绍的这些企业高效获取 Internet 信息的策略, 尽管没有涉及过多的专业检索技术, 但是它们对于企业人员进行实际的 Internet 信息搜索时, 更具有实用价值。当然, 随着信息技术、网络技术、检索技术的发展, 以后我们的查询工具可能会越来越先进, 逐步走向智能化、个性化。特别是个性化, 它应该是今后信息搜索技术的发展趋势。个性化的搜索引擎不但能为用户提供个性化的信息搜索, 使搜索结果真正满足用户的实际需求, 而且还能根据用户的兴趣、爱好主动为用户查找相关信息。

4 结 语

企业利用 Internet 可迅速高效地传递商业信息, 进行商业活动, 大大提高了商业活动的范围和效率。一个企业要想在世界占据一席之地, 不被时代所抛弃, 就决不能漠视 Internet 的存在。Internet 信息资源也将成为企业永久的资产和财富, 因此哪

4 结 语

就我国咨询业目前的数据库水平, 构建咨询业数据仓库系统仍有一段很长的路要走, 但建立数据仓库是必然趋势。数据仓库系统的建立是基于丰富数据源的前提下, 但目前我国咨询业正处于起步阶段, 无论是技术、人才、经验, 还是数据积累, 都相对贫乏, 所以当务之急是重视数据库的组建, 如模型中的国内外咨询行业发展概况数据库、人才信息库、客户数据库。

参考文献

- 1 赵宏波, 孟雅玲. 数据挖掘在电信客户关系管理中的应用. 电信技术, 2001 (12)
- 2 张 新, 陈宜金, 等. 面向主题的矿业信息数据仓库建设研究. 河北建筑科技学院学报, 2000 (9)
- 3 范小军, 王芳华. 数据挖掘在营销领域中的应用. 外国经济与管理, 2001 (12)
- 4 刘秀春. 中国咨询业发展的限制因素和对策. 中国软科学, 2001 (5)

(责任编辑: 滕代娣)

个企业能够高效获取和利用 Internet 信息资源, 就能更好的把握商机、看准市场、跟上时代的发展, 更重要的是拥有了做战略、战术决策以及开展竞争情报的关键信息, 最终就要看企业怎么去把握了。

参考文献

- 1 冯有利, 翟继红, 杜建华. 利用 Internet 信息资源开展企业竞争情报服务. 情报学报, 1998, 17(增刊): 169~171
- 2 陈玉凤. Internet 网上信息资源与企业竞争力. 情报探索, 2001(1): 37~38
- 3 杨 榕. 信息资源开发利用的几种新技术. 情报探索, 2001(3): 1~3
- 4 黄 蕾. 网络信息检索工具使用策略及其发展趋势. 情报探索, 2000(1): 25~26
- 5 樊松林. 网上竞争信息的搜寻及获取. 现代图书情报技术, 2002(6): 44~49
- 6 杨文霞. 论企业网络信息的获取及使用. 内蒙古科技与经济, 2000(3)
- 7 高 慧, 黎 慧. 论企业竞争情报源及其搜索方法. 现代情报, 2002(1): 88~89
- 8 黄如花. 网络信息的检索与利用. 武汉: 武汉大学出版社, 2002

(责任编辑: 徐 波)