

电子商务综合辅导:移动商务全接触三 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/250/2021_2022__E7_94_B5_E5_AD_90_E5_95_86_E5_c40_250334.htm 三、移动无线广告

移动无线广告的成功实现需要内容提供商、广告客户和媒体建立一个系统，该系统能在正确的时间、正确的位置将广告展现在客户面前。移动无线广告具有很强的针对性。例如，和50公里外收到一家快餐店电子优惠就餐券的人相比，在这家快餐店附近申请电子优惠就餐权的人显然更可能对这家快餐店的广告做出积极的响应。此外，移动无线广告更加适应用户的移动性，能够适时的把无线广告传给随处移动的订阅者。

1 应用框架 设计无线广告时，要考虑到无线设备的地理位置、无线广告尚无标准、无线广告业现有的复杂的价值链等因素。过去，广告客户与出版商打交道，通过各种媒体将广告展现在消费者面前。移动无线广告则将无线服务提供商也加入到传播媒体中来，将各种媒体打造成链，使广告的内容通过不同的形式传递给消费者。为将广告传给无线消费者，广告客户必须开发出一种内部解决方案或用无线广告服务网络来发送广告。此外，公司还必须选择出版商或出版商网络。

2 拉广告 移动无线广告应该和推广广告、拉广告一样，重点突出、个性化且有类别之分。推广广告通过允许用户申请实时向其无线设备发送信息的方式，帮助用户保护隐私。用户浏览信息时，可选择与广告交互或要求看到更多广告。例如，如果消费者想收到本地某家咖啡店的特价信息，可通过申请信息并提供其地理位置的方式来提醒广告客户。作为响应，广告客户会发送一张电子优惠券，并将消费者定向到最近

的咖啡店。 3 推广告 推广告指的是客户可以选择稍后接收广告。例如，消费者访问到一家网站，并选择了接收与本地相关的无线信息和广告。找到关于这些事件的相关信息和广告后，无线广告便被发送到消费者的无线设备。广告是以异步（即非实时）的方式发送的。 4 实施考虑 无线广告可利用短信（SMS）的方式发送。营销人员发送SMS信息时，信息的长度、创意和交互性是有限制的，因为短信中不能包含图片。但是，和含有丰富多媒体信息和压缩图片信息相比，文本信息的载入速度更快。短信还可以用于提供移动通知，为消费者提供新闻和产品更新通知。如果移动通知与订阅者的请求相关的话，为消费者提供选择接收移动通知的选项可促进良好的客户关系管理。无线广告也可包括交互性和声音特性。交互性指的是要求用户通过点击、发起或采取另一种类型的动作。广告客户还需评估媒体或出版商选用的无线传输协议。因为，标准设备可能无法收到专门为另一种标准设备设计的广告。例如，对无线广告而言，图片的效果有时比文字更有效，因为可以在图片中使用小一点的文字，这样包含的文字超过了文本格式的广告，但有的无线设备却不能显示图片。 5 应用 消费者对广告接受程度与广告的价值有直接关系，同时，广告客户愿意为能提升广告效应的广告多付费用。提升广告效应的一种方法是将无线技术与其他媒体结合在一起进行交互式广告。采用了无线技术的广告放置在公车站牌、电话亭和其他街道设施旁。然后，人们可看到这些广告，并用其红外无线设备下载信息。 例1：adAlive公司在美国各地机场的广告牌上安装了红外端口，借此开发一种发行广告的新方法。游客抵达机场后，该城市的旅游指南、抵制名录

和促销信息就可以通过红外线传输到他们的无线设备上。

例2：2001年，NCAA（美国大学生体育协会）篮球联赛期间，Volvo公司发起了一次营销活动，其中便同时采用了电视和无线广告。该公司通过“网上赢靓车”活动来促销新产品。Volvo的这个广告由CBS的SportLine和Go2代理。CBS的SportLine是一个提供无线体育新闻的门户网站，Go2.com是一家基于地域的无线搜索引擎。无线因特网用户浏览NCAA篮球联赛的比赛得分时，可点击Volvo公司的广告参与促销活动。参与促销活动时，用户首先报告他们在哪里看到的广告，让Volvo公司知道广告是如何深入主流消费者的。100Test下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问
www.100test.com