

电子商务综合辅导:移动商务全接触二 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/292/2021\\_2022\\_\\_E7\\_94\\_B5\\_E5\\_AD\\_90\\_E5\\_95\\_86\\_E5\\_c67\\_292084.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/292/2021_2022__E7_94_B5_E5_AD_90_E5_95_86_E5_c67_292084.htm)

二、移动营销和促销

电子商务和移动商务市场竞争激烈，如果能拥有稳定可靠的电子商务和移动商务营销策略，公司将占有极大的市场优势。对营销人员而言，可借助于无线设备、因特网和万维网提供的新工具方便地部署和实施营销活动。市场营销的主要内容包括品牌推广、市场调研、做广告、促销、公关以及客户服务。

1 目标 对电子商务和移动商务而言，提升网站访问量固然重要，但仅靠这一点远远不够。在衡量发起营销活动的有效性，同时还要考虑到保存用户的个人资料、记录访问情况以及分析促销和广告效果，这些对于营销效果的持久性是很有帮助的。通过了解目标市场（也就是营销活动中，最能给你带来收益的客户群），公司可以做到有的放矢，突出重点，并有效地提高访问量、做出响应和促进消费。网上营销和移动营销应当和传统营销方式相结合，从而制定出最有效的企业营销活动。这一战略将重点集中于吸引新客户来访问网站，并让他们不断回访网站。

2 营销战略 无线移动营销需要更改传统的营销活动策略以符合移动客户和无线设备的需求。无线营销可分为推战略（push strategy）、拉战略（pull strategy）或两者兼而有之。推战略假设人们要求将特定的信息实时发送到他们的无线设备上。拉战略则无需实时将接收方请求的推销信息发送到他们的无线设备。

3 客户隐私 向客户发送与其不相关的推销信息和广告，不会收到好的效果，而且多半会使客户感到厌恶。有的接收方可能会认为侵犯了

他们的隐私权。因此，使用任何一种无线营销活动战略进行推销都需要征求客户许可。经过客户许可的营销有助于保护客户的隐私，并提升销售反响和效益，因为目标市场得到了很好的定义。这样可降低无线营销活动的成本，因为只需花少量的营销成本便将主力集中在主要客户身上。除此之外，通过将时间、内容和客户希望收到的消息数交给客户控制，销售人员还获得了良好的效果。

4 技术 移动营销使用无线技术为客户提供独特的个性化服务，例如，营销人员可根据客户的地理位置和爱好发送个性化的信息。信息可以在一天之内的任何时候发送，客户可随时对信息做出响应。设想一下：一个人如果有一部可上网无线设备，他可能会注册接收特定购物中心某家店的特价信息。到那个购物中心购物时，这个人可能会收到当天的牛仔服打折信息。然后决定进入那家店查看商品，并可能购买一套新的牛仔服。如果当时没有发送这条打折信息，这个人可能会错过那家店。上面的应用表明这种移动营销和广告方式依赖于基于地理信息的技术。主要有两种实现方式：基于地理位置根据无线设备用户的地理位置将特定的信息和广告发送给用户；基于邮政编码根据无线设备用户的邮政编码来发送消息；用户在他们的无线设备上输入邮政编码，邮政编码是确定他们要求接收信息和广告的依据。这样一来，营销人员就可以粗略地确定有一个客户选择根据邮政编码来接收广告。

5 应用 基于无线技术的商务营销可以更好地提供基于位置的实时促销活动，下图给出了一个应用实例。

6 挑战 针对无线设备展开营销活动为营销人员提出了新的挑战。安全问题增多了通过无线网络传递的内容可能会在传输过程中的某一点被攻击；显示格式定制化特

定的技术和协议可导致内容的显示会根据接收设备的不同而不同；环境影响质量手机接收者所处的环境影响通信质量，进而在客户订购或查询产品或服务时，可能会中断服务。7 部署 促销是最好的开始。为鼓励用户接收推销信息和广告，营销人员可以提供免费或打折的收集服务。例如，对于使用移动通信工具登陆特定营销网站的用户，访问网站上的广告可获得一定的折扣奖励。此外，营销人员可以发送可直接链接到商品信息，如购物优惠券信息，到订阅用户手机上。

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](http://www.100test.com)