

3G电子商务个性化服务是关键电子商务师考试 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/616/2021_2022_3G_E7_94_B5_E5_AD_90_E5_95_c40_616584.htm 据信息产业部最新公布的数据显示，截至2009年5月底，中国移动电话用户已超过6亿，巨大的用户基数为电子商务企业提供了广阔的服务空间，同时也产生了庞杂的业务需求。从中我们可以看出：“随着3G平台的进入，移动通信市场业务越来越多样化，未来围绕3G平台的电子商务时代也将更为突出。当前，随着国内三大电信运营商对3G业务的推动，围绕3G平台的电子商务增值业务也越来越受到关注。而众多非传统电子商务门户企业推出移动平台就是证明，从中我们也可以看出国内移动商务市场在高速发展的同时，也呈现出一些新的特点和变化，给参与其中的各方既带来了机遇，也带来了挑战。并且，对于用户来讲，3G时代最具吸引力的无疑是能够享受更个性、更贴心、更便捷的移动通信服务，而不是单纯的概念而已。因此，如何把握消费者差异化的需求，形成个性化的服务消费是企业占据市场先机的关键所在。”所以，摆在众多传统企业面前的是，只有在激烈的市场竞争中才能学会如何做市场，只有在向用户提供服务的过程中，才能更好地发现市场需求和市场机会。”也就是说，只有个性化的服务，才能抢占一切机会。那么，如何为客户提供个性化的服务呢？那我们要从营销的角度来看提供个性服务的前提，就是应该知道何种人在何时何地以何种方式购买。如果你都不了解客户，那你怎么去为客户提供个性服务呢？前些日子，笔者在清华大学领导力培训网上看到一个关于3G电子商务改变营销的案例，

就让笔者感受非常深刻。案例中的中企动力是一家专业提供信息化运营服务的公司，在3G时代推出了移动电子商务产品“数商Z”网络营销平台和.mobi域名等服务。与传统电子商务不同的是，企业不再需要借船出海，而是可以驾驶自己的小船乘风破浪。通过.mobi独立域名和通用网址、企业邮箱、数字商务平台可以树立自身形象。更重要的是，将线下和传统互联网的商务模式延伸到了拥有6亿用户的手机平台。看上去很简单的产品，其实背后大有天机。这些产品的推出，中企动力不仅研究了自身客户存在的需求，还对于客户的潜在客户进行了一定的研究。在营销领域，这样的案例非常少见。所谓知己知彼，百战不殆。大多数的时候，只是研究自己的顾客。不过，中企动力的这种研究，并不是一种无用功。在研究透了客户的客户之后，中企动力能够为自己的客户提供更到位的服务，从而帮助自身取得成功。因为通过研究可以知道哪些人是消费者，他们会在何时何地购买何种产品，这样就可以实现精准营销。对于客户来说，这样的服务就是最个性的服务。所以，客户不会因为找不到客户而盲目。数商Z营销平台和.mobi域名等服务的推出，就是个性化服务的最终硬性体现。而在营销业界一直流传这样一句话，决胜服务。也就是说，在同等的硬性资源下，通过个性化和人性化的服务，绑住客户的心。看上去非常的容易，但是，真正做到起来就非常的难。就像前面所说的中企动力，如果没有对客户的第三方客户进行研究，就不会有数商Z网络营销平台的大受欢迎。正是因为做了研究，才会有这样一个结果。综上所述，在3G电子商务时代，如何为客户提供个性化的服务，才是制胜的关键。因为，所有的人站在同一条起跑线上

，除却硬件服务，那就是软件服务。如果开动脑筋，用最科学的方式，比别人跑得快，才是抢先到达终点的观点。对于想要进入无线电子商务领域的企业来说，选择软性条件较强的服务商，才是跑在前面的关键所在。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