

基于3G的电子商务用户发展策略电子商务师考试 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/645/2021\\_2022\\_\\_E5\\_9F\\_BA\\_E4\\_BA\\_8E3G\\_E7\\_9A\\_c40\\_645484.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/645/2021_2022__E5_9F_BA_E4_BA_8E3G_E7_9A_c40_645484.htm) 随着3G设备安全性和带宽不断提高、基于3G的电子商务业务不断扩展,当前3G电子商务正处在蓬勃发展上升期的起点,3G电子商务的用户是利用3G终端设备,享受内容和应用服务提供商提供服务的个体。用户发展包括发掘潜在客户,发展重点用户,推广产品,跟进长期销售项目,与重点客户保持长期合作关系.与代理商、用户、销售团队及用户发展部产品顾问团队紧密合作.规划用户拜访、产品展示等活动.对数据库中日常客户拜访中收集的客户信息以及反馈意见进行实时分析、更新,便于系统的后期维护和升级换代、更好地迎合市场需求、占领更大市场份额。所以,用户发展贯穿一个系统研发和维护的整个过程,既是系统研发的排头兵也是系统良性发展的守护神,所以必须加以重视和关注。但是目前用户对于3G电子商务的接受度无论在深度还是广度都不容乐观,所以开展基于3G的电子商务用户发展策略研究意义深远。本文在分析3G电子商务用户发展现状的基础上,研究3G电子商务用户发展策略。 基于3G的电子商务用户发展现状 (一)面临的机遇 数字化是当今世界的特征,数字地球、数字城市、数据仓库、数据挖掘,世界充斥着数字语言,人类被数据包围、处于数字空间,为数据所描述、定义。移动通信为电子商务贴上移动的标签,使电子商务兼有移动的时代特征,满足人类对于自由、个性化的渴望。3G推动移动通信数据业务的快速发展,提升了移动数据业务应用的水平,创建了更多的明星业务和新的收入增长点,增强了移动数据业务对用户的吸引力。

与此同时,3G技术提高频谱利用率,大幅度降低业务运营成本,进而降低数据业务价格,有利于吸引用户使用更多新颖的移动数据业务,为运营企业创造更多的收益来源。用户追求高边际效用,厂商追求高边际利润、双赢的梦想在3G时代实现。(二)用户接受度有限 3G电子商务符合当今时代特征,满足当前时代需求,但是目前接受3G电子商务的用户无论是数量上还是结构上都不尽人意,具有有限性和单一性特征。3G电子商务所提供的业务有许多可以由2G或2.5G、2.75G所替代,没有独特性.终端价格不亲民、提供数量有限导致无法满足3G网络规模效应的需求,阻碍3G电子商务应用推广.3G电子商务的高服务质量还未充分体现.还没有一个优秀的3G电子商务的品牌业务或者品牌供应商受到公众认可,所以当前基于3G的电子商务应用未成规模,其发展也未成规模。由此可见,3G电子商务既面临着巨大机遇,也存在发展用户困难的问题,在目前国内3G网络即将大规模建设之际,迫切需要提前研究3G电子商务的用户发展策略。基于3G的电子商务用户发展策略 用户发展的立足点就是以用户为中心,思用户之所想、忧用户之所虑,从战略和战术等各个层面转变思路,把“客户导向”落到实处,从传统模式中找突破口、找出路,谋求最极致地服务于用户之路,以此提高系统的市场竞争力,最大化市场占有率,使系统能够更加长远的良性发展。一个生命力旺盛、经得起考验的系统一定要对市场有深入研究,对用户发展策略有深入思考和部署。笔者认为基于3G的电子商务的用户发展策略有以下几点。(一)注重开发核心业务 3G电子商务的市场建立在具有排他性的拳头业务、或者优质的明星业务上,把握你无我有、你有我优、你优我特的原则。利用3G技术优势,3G电子商务可以从以下方面考虑核

心业务:提供移动入口的可定制业务和个性化业务,通过“圈地运动”锁定用户,获取市场份额,先行者优势势不可挡.基于IP、始终在线的高速率传输信息业务,实时和机器之间进行通信业务.实时和双工的3G业务,例如先进的语音服务(VOIP)、语音激活网络接入以及网络发起的语音呼叫.3G网络高渗透率的前提下才可以实现的精确定位业务(LBS)、便利的视频业务(可视电话、支持较长视频剪辑和实时广播电视的流媒体下载)等。

(二)注重研发新技术

- 1.改进3G技术。技术就是生产力,科技创新是当今时代主题。3G新技术可以从以下几方面着手:显著改进无线路由等装置,以实现用户接入网络的便利性。通过集成了多种接入技术的接口设备来提供无缝接入方式,以实现各技术和谐并存发展,提高3G的兼容性和可移交性。国家间、各地区间实现全数据业务无缝漫游功能,因为数据漫游能力在服务可移植性方面有很大需求。固网和移动网之间、2G与3G网之间,Wi-Fi和蓝牙手机之间的传输都实现透明化,可交互操作。推出更高带宽的商用3G网络,为移动宽带业务的推出创造条件。提高频谱效率、实现全球统一频谱、统一标准、全球无缝覆盖。
- 2.开发终端设备。在新鲜事物和新技术主导的3G电子商务市场中,新型终端的开发、研制、成规模上市的重要性不言而喻。终端的研发可以从以下几方面考虑:3G终端的种类不断丰富,增加数据卡种类,提供直接嵌入笔记本内的移动上网模块。研制出能支持GSM、GPRS、EDGE、WCDMA等不同制式或不同3G标准(WCDMA、CDMA 1X 2000和TD-SCDMA)的“三模”或“多模”3G终端,以解决多模式、多频带、多标准并存的问题,并且要求终端可以在可用的覆盖范围和请求业务的基础上自动选择接入方式,也能够双向或

多向完成系统间切换。开发集成到其他设备上,建立连接发挥特定用途(智能楼宇等),只提供分组交换业务,不需要语音和来点显示的智能终端。3G终端还需个性化,即设备的概念、模型和人机界面要个性化。3G终端规模化上市,以实现3G业务规模经济效应,体现3G系统规模优势的价值。3G终端要平民化、具备亲民性。提高3G终端下载速率、延长电池寿命/续航时间。突出3G终端精准特性,以实现3G电子商务数据业务对整合与互动的高层次需求。即利用准确的用户数据库,深度挖掘客户资料,进一步细分市场,从而满足用户越来越个性化的需求。

3.提高服务质量(QOS)。服务质量(QOS)是一个规定网络中数据传输的技术术语,是服务协议或双方约定的服务的实施,是用户对网络所提供的一种感知。服务质量原则是从强到弱,逐级递减,分级确保质量高低,例如优先确保、确保、保证、尽量保证等。服务质量又是由系统的软硬件同时起作用才可以实现,硬件将保证传输速率等,而软件将协调管理服务质量的分级制度的灵活性和服务质量未来的拓展性。提高QOS可以实现用户和供应商的双赢。如果没有QOS管理,网络不能区分急迫的语音数据包和不太急迫的图形、文本和数据通信包的区别,不能区别包的优先次序,数据传输拥塞使得所有包均被延时,延时和抖动对于语音数据包的影响极为严重,语音被打断或不可理解。在3G中将对个人服务和信息包划分等级,特殊服务和信息包在占用带宽资源时享有更高的优先级,提供高QOS保证,这样也可以收取较高费用,换句话说,付费高的或者先到的服务和信息包将优先占用带宽资源,获得更高的服务质量。提高3G电子商务QOS应重点考虑的问题有:有效控制3G电子商务不同级别QOS的参数结构.3G电子商务的QOS要有效利用射频频谱,

允许核心网络和无线接入网络的独立发展。(三)全方位打造优秀品牌 从世界经济发展趋势来看,品牌一旦形成,并且与时俱进,其竞争力不可估量。产品、业务、技术可以轻易被模仿,而品牌不可复制、独一无二,品牌的价值感使得消费者愿意支付更高价格来购买产品、业务。品牌-信誉-安全-信任-购买链(见图1)是人类大脑的思维过程,是思想-情感-行为链在商业中的具体应用和细化,一个好品牌可以提高品牌主体的信誉度,有助于将其与竞争对手的产品和服务区别开来,使其鹤立鸡群。拥有美誉的品牌主体会蕴含一个安全消费的潜台词,带给消费者一个安全消费的预期,使得用户产生信任感,从而促使消费者购买相关商品和服务。反过来,当消费者初次购买商品和服务时,若商品和服务质量好,从而会使消费者建立对该商品或服务的信任,长期以往,通过配合好的广告和售后服务,该商品或服务就会在消费者心中产生安全消费暗示、建立信誉,当商品和服务在越来越多的用户心中树立信誉时,品牌也就形成了。

对3G电子商务来说,要建立良好的品牌,首先,要在产品质量和服务上下功夫,要能给用户提供独特的业务和良好的业务体验,在新业务推广时,可以向部分高端业务提供免费试用,先在这些高端用户中建立良好的信誉,这些高端用户又会带动其他用户试用相关业务,从而使更多人体验到3G电子商务。其次,需要通过大量广告营销活动让消费者对于3G电子商务的相关品牌建立起良好的印象,并形成固定联想。此外,新业务推广过程中难免会出现各种不如人意的情况,此时需要通过良好的服务和认真负责的态度尽快解决相关问题,可以进一步提升用户对品牌的认同。最后,从长远来看,要建立良好的品牌,还需要不断创新,及时提供最适合客户需要的3G电子商务产品。相关新闻：

移动电子商务及其主要实现技术浅析 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)