

NewSeeYou™

7

@

@

@

.....@

移动互联网 改变商业未来

构建基于信息化的战略终端

- * 都信息时代了，你还不知道移动互联网怎么行？
- * 盈利的模式已经改变了，你还在用老方法来赚钱吗？
- * 这是一个互联网的世界，改变无处不在！

雷源◎著

人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS

移动互联网改变商业未来

F715-39

NewSeeYouTM

.....@

移动互联网 改变商业未来

构建基于信息化的战略终端

- * 都信息时代了，你还不知道移动互联网怎么行？
- * 盈利的模式已经改变了，你还在用老方法来赚钱吗？
- * 这是一个互联网的世界，改变无处不在！

雷源◎著

人民邮电出版社
北 京

图书在版编目(CIP)数据

移动互联网改变商业未来 / 雷源著. — 北京: 人民邮电出版社, 2010.5
ISBN 978-7-115-21339-6

I. ①移… II. ①雷… III. ①移动通信—互联网络—邮电企业—企业管理 IV. ①F626.5

中国版本图书馆CIP数据核字(2009)第244119号

内 容 提 要

本书介绍了移动互联网的出现给商业带来的机遇与挑战,指出了移动互联网的出现必将改变传统的商业运营模式,面对新的挑战,商家应该如何实现品牌与消费者的互动,构建强大的战略终端,最终建立自身强大的优势,在3G互联网时代赢得长期、稳定的收益。

本书适合电信运营商、移动互联网企业以及相关IT企业人员阅读,同时也可供关注移动互联网产业的人员作为参考读物。

移动互联网改变商业未来

-
- ◆ 著 雷 源
责任编辑 李 强
 - ◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市崇文区夕照寺街14号
邮编 100061 电子函件 315@ptpress.com.cn
网址 <http://www.ptpress.com.cn>
北京隆昌伟业印刷有限公司印刷
 - ◆ 开本: 787×1092 1/16
印张: 13
字数: 186千字 2010年5月第1版
印数: 1—4000册 2010年5月北京第1次印刷

ISBN 978-7-115-21339-6

定价: 48.00元

读者服务热线: (010)67129264 印装质量热线: (010)67129223
反盗版热线: (010)67171154



3G时代的到来拉开了移动互联网序幕，三大运营商迎来了全业务经营和发展的新机遇、新挑战。运营商的竞争将由以往的服务模式，转变为营销、体验和服务的全业务运营模式，这将是一个全新竞争与发展时代的开始。

当各行业人士在思考移动互联网能够给社会带来什么的时候，新西游早已经结合中国国情，在3G产品和服务的营销方面做出了非常多的探索和实践，不断思考如何将信息产业的触角延伸到与商业相关的各个领域，借助商业信息化技术，尽一切可能满足目标客户对信息的综合需求。

运营商如果能够牢牢掌握移动互联网的入口，实现商业信息化，就能够实现以品牌为中心的商业资源集中，这将解决品牌与用户的连接，解决互动与品牌传播的问题，是商业取之不尽的利润源泉。

移动互联网最终将成为重新定义和改变世界的力量，如同互联网对商业的变革一样，迟早都将改变人们的生活方式和消费习惯，影响我们身边的一切！

新西游公司为中国运营商的3G产品和服务提供支持，持续不断地进行研究、咨询和培训，助力中国3G产业取得最终成功。

移动互联网时代，您的精彩世界无所不在。





前言

关于这本书，我首先要说两句话。

第一句：本书是一本描述移动互联网技术与商家、营销、品牌、消费者相结合的图书。

第二句：写作本身就是一个系统工程，是一个探讨、实践、总结、思考和提炼的漫长过程。

第一句是告诉您本书写了些什么。本书描述的是在3G移动互联网的大背景下，在传统的商业模式遇到了瓶颈，难以实现持续、稳定的利润增长的条件下，提出的一种新的商业盈利模式，即通过信息技术，构建战略终端，实现消费者与品牌的互动，提升品牌影响力，帮助商家建立忠诚的客户群体。

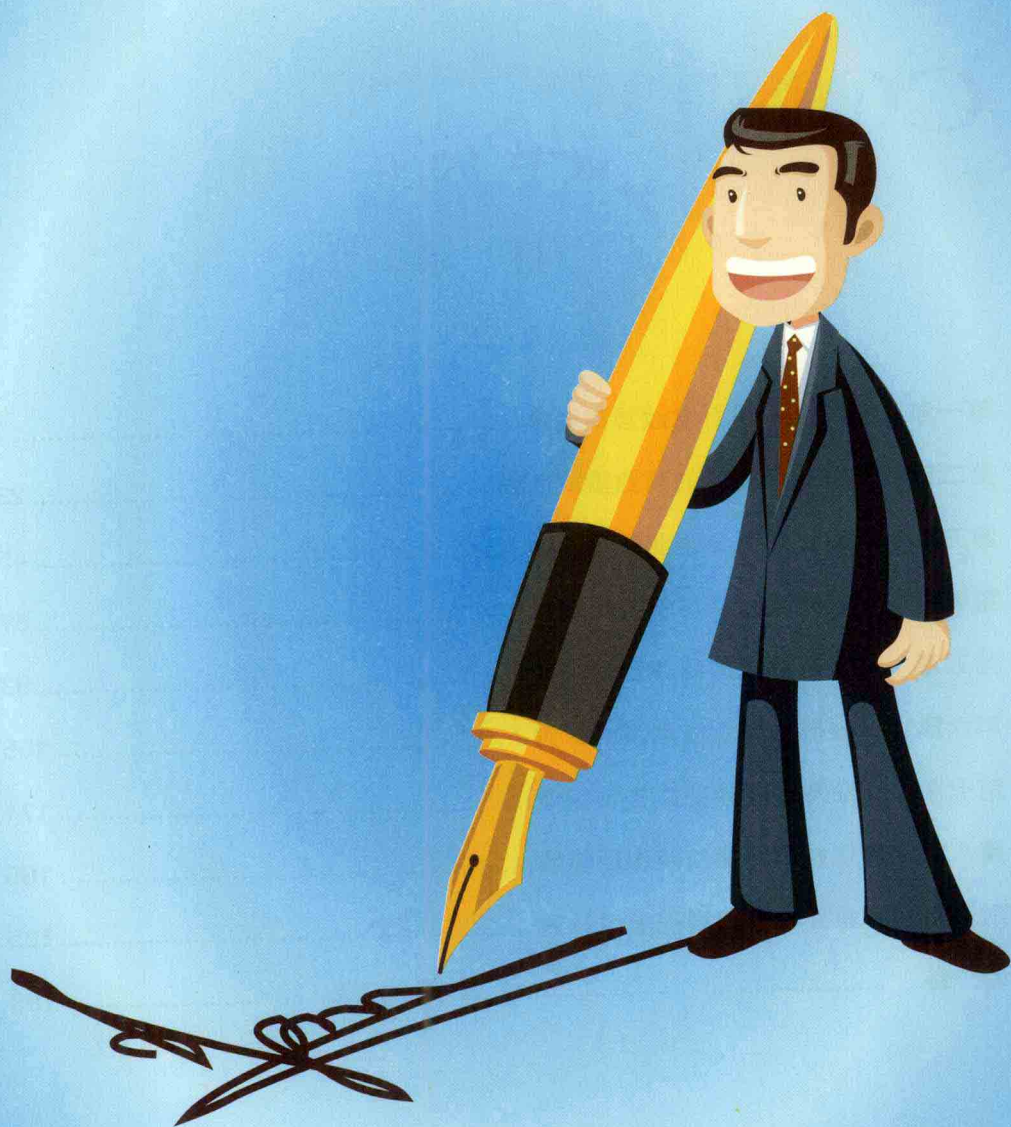
第二句是说，本书不是一蹴而就的。我所带给大家的不是我多年从业经验的简单堆砌，而是结合了目前和未来的市场需求，在对自身已有成果、理念提炼后，才呈现给各位读者的。您读一读，也许会有收获。

移动互联网的出现正在改变我们传统的商业运营模式，借助移动互联网技术的深度应用，企业将摆脱时空限制，缩短乃至解除中间流程，构建快捷、稳定、低成本、高效率和互动的商业盈利模式，3G信息技术将帮助企业创造更多的商业奇迹！

由于3G技术的发展日新月异，加之本人水平有限，书中难免有疏漏之处，恳请读者批评指正。

雷 源







CONTENTS

CONTENTS

目 录

第一章 移动互联网引发运营商竞争	1
第二章 新商业环境下的商业模式创新	23
第三章 战略终端引导企业圈地运动	45
第四章 构建战略终端与新盈利模式	67
第五章 基于信息化的商业互动技术	93
第六章 二维码的商业应用模式探讨	155
第七章 移动互联网改变广告传媒业	171
第八章 信息技术提高口碑传播能效	185
附 录 商业互动营销课程学习计划	195
训 练	199



第一章

移动互联网引发运营商竞争

如果运营商不能在3G时代运用无线互联网技术真正帮助商家突破瓶颈和解决问题，就不可能在日益激烈的竞争中获得长期、持续、稳定的收益



3G产业的大规模阵地布局已经形成

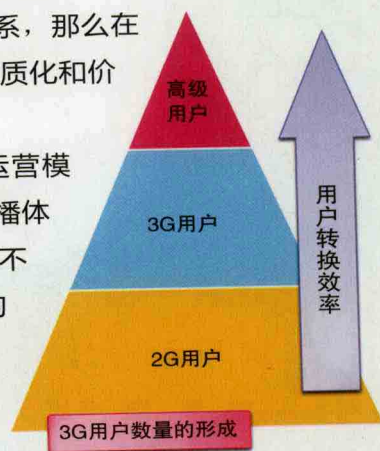
移动互联网是一个新兴的产业，如何正确、深入地理解信息技术的商业价值，将信息技术确实应用到商业的运作之中，是信息产业的经营管理者终究要直接面对的问题。

中国3G产业的迅猛发展，三大运营商的三足鼎立，三网融合的必然趋势，巨额的网络建设投入，这些都使产业链中的各方既感受到市场的巨大潜力，同时也感觉到更多难以预测的未来。

运营商竞争的焦点将不再是传统的语音和信息业务，以硬件和网络为基础的竞争只是竞争的初级阶段，3G产业的竞争重点将逐步地转向为数据业务和增值业务，因而在下一阶段的销售过程将呈现出更多的复杂性。

如果没有充分地理解移动互联网与商业的关系，那么在3G数据业务和增值业务的营销方面，也会呈现同质化和价格战的趋势。

运营商要深入研究产业发展与商业结合的运营模式，同时又要迅速建立具有全国影响力的文化传播体系，快速“跑马圈地”，在稳固老用户的基础上不断开发新用户，让用户从2G升级到3G，以庞大的用户数量为基础，开展3G整个体系产品的深度营销，其意义在于构建战略终端，实现品牌深耕和持续商业化营销。



移动互联网时代运营商的竞争焦点



当语音业务收入逐步萎缩时，3G产业的盈利重点必然是增值业务和数据业务。

竞争同时也加剧了运营商对商业用户需求的研究和满足的迫切性。

因此，移动互联网与商业的结合是必然趋势。



运营商竞争趋势



国家逐步对基于无线传播的信息加强监控。一方面会制约信息的商业化应用，另一方面，对于规范化的管理必然会出台相关政策和法规。这样艰巨的任务必然由运营商来管理。

商业用户对于信息的需求与运营商对信息加强管理，这是一个矛盾。



运营商竞争将日益白热化

3G产业竞争到白热化阶段，将会出现如下所示的主要趋势。

- 运营商对3G产业的固定投资持续加大，软硬件技术升级需要提高速度和保证质量。
- 终端设备丰富多元化，同一型号终端产品大量销售难度加大。
- 数据业务和增值业务的创新和营销推广方式单一，难以满足用户的深层次需求。
- 语音搜索的商业模式过于复杂，服务成本高，需要更多的人力支持。
- 用户体验、营销、服务和教育难度极大，同时缺少成熟的模式。
- 以3G为基础的应用缺少盈利模式，付费用户数量太少。
- 运营商进入门户之争，对于自有门户网站的推广力度加大，但免费用户的流量难以变成销量。
- 运营商操作系统开发显现热潮，但系统的普及难度与支持的终端数量成正比。
- 国外高端手机制造商将借助终端设备和软件技术大规模蚕食高端用户。
- 以行业研究结合解决方案的开发需要提高针对性和加快速度。
- 用户对3G技术和应用了解得不够，产品和技术的营销与普及难度日益增大。
- 各行业与3G概念的结合将越来越紧密，但在概念方面的结合多于实际方面的结合。
- 基于3G产业的商业娱乐化是经济增长点。
- 商业互动是3G技术与商业结合的关键点。
- 时尚、创意、文化和体验经济将借助3G技术获得腾飞。



运营商的3G机遇

运营商的客户从本质上来讲都属于个人客户，基于手机为终端的商业信息化还有待开发。

经历长期的传统商业操作和对移动互联网应用的深入研究，我们提出信息经济时代的商家应该通过信息技术塑造企业的核心竞争力——构建具有商业互动功能的战略终端。

以往各大运营商开发出来的服务都类似于面向个人用户提供的服务，多数商家听到“移动”二字都觉得只是打电话、发短信和上网而已，而运营商绝对不想让客户这样看待自己的业务。我们认为，集团业务与个人业务的区别在于：是否形成了商业资源的集中和持续应用。

从三大运营商集团业务和个人业务的分布可以看出：针对行业和品牌所提供的服务方面存在巨大的可挖掘市场。

未来无线信息化的发展势必会产生诸多的社会行为，而所有的社会行为都将会重点围绕着手机，那么，我们应该如何去利用用户手中的终端实现商业目标？

商业信息化平台着重解决商业信息的自动采集（获取）、自动处理、自动深入挖掘和重复商业应用，这样对信息的获取、解析、应用及预测效率将大大提高，同时摆脱了时间、地点、对象等多重限制。

我们理解这正是移动信息时代的重大突破！

移动商业信息化系统的建立，从根本上避免了人与人沟通的不确定性，用无线的技术系统替代人力，完成自动化无人值守的商业全过程，商家对这个点的需求是极其迫切的。



基础已经完美，腾飞取决于思想



六大焦点问题决定3G成败

3G产业链是一个丰富多元的多产业的组合。三大运营商都将以3G为契机，全面提升自己的网络、硬件、软件、营销、服务和用户体验，同时也将重新建立自己的市场。

3G要想做得好并不是一件容易的事，下图所示是运营商直面的六大问题，只有解决了这六个问题，并且建立一个正确的闭环，运营商才能够真正在3G产业立足并获得持续发展。

- 3G用户数量是运营商赖以生存的基础。大多数用户在选择运营商时都处于观望态度，通常都是口碑传播和习惯决定选择，要改变用户的习惯并不是一件容易的事。
- 商业模式的创新和设计是运营商在产业链中的必修课，如果能够从根本上理解3G技术的本质，就能够从对标准、技术、硬件、软件及营销的竞争中理解用户的需求，并且提供用户最需要的价值和服务。
- 进攻和防守是市场化营销永恒不变的竞争焦点。运营商从相对垄断的局面走向部分竞争，本身就是一个市场化和商业化的过程，运营商只有足够市场化，才能真正拥有市场。
- 信息技术与商业的结合是个难点，只有理解商家的需求，产品才能够有市场。同时，信息技术与商业的结合过程也是对增值业务和数据业务在市场中做推广的过程，根本在于如何让用户自己推广和主动使用这些业务。
- 教育能力是3G产业成败的关键环节，运营商必须形成高效的内外部教育课程体系，这将是有效地发展用户和实现销售的关键。
- 全民创新不仅仅是人员的创新，也包括了企业和用户的创新，研究用户广泛的需求，并且通过技术实现，形成成熟的产品。



运营商面临的多层级传播障碍

大型公司在管理和控制方面，必然存在多个层级，这些层级中的信息和指令需要层层传播，主要分为两种。

- 内部传播，基于企业内部传播的交互过程。
- 外部传播，基于品牌的企业和用户的交互过程。

传播的过程通常都会经过许多环节，每个环节传播的误差都将直接改变传播的效果。

由于企业内部传播机制的形成是多年经营的结果，传播过程中的关键并不是层级的关系，而是传播源和传播方式。

右图中的螺旋曲线称为“阿基米德螺线”，螺线的中心起点和趋势是否正确，决定了是否能得到正确的过程和结果，这个中心点可以是核心竞争力，可以是时间机遇点，可以是产品或技术，可以是任何一个等待复制并执行的重要因素。

右图的咨询模型是构建战略终端体系的核心思想，构建战略终端是一个复杂的体系，要视企业的实际情况而重新优化设计。



案例：移动互联网新产业格局

2001年，德国电信引入一个全新理念：未来是一个T.I.M.E.S时代（T代表电信；I代表信息技术和互联网；M代表多媒体和移动商务；E代表娱乐和电子商务；S代表系统解决方案和安全业务），未来的发展将这五项融合在一起。

这个新理念将公司运作分为四个核心支柱部门和一个非核心业务部门。

四个核心支柱部门为：
T-Online（欧洲最大的互联网业务提供商之一）、T-Mobile（全球移动通信业务）、T-System（IT/电信解决方案）、T-Com（国内固网和市场营销基础设施）。

我们认为，结合中国国情，把“商业”提炼出来，即实现移动互联网与中国商业的全面结合。





运营商产品的主要销售模式



中国3G运营商各类渠道的建设能力和各类产品的综合营销能力是在3G时代成功的基础

