

6.2 认知移动商务



高扬

学习目标



情境导入



情境导入

一、情境概述

小明毕业后进入一家企业从事移动运营推广工作，他发现，如今有越来越多的人使用手机上网，人们只要轻触手机屏幕就能了解到自己关心的信息。看到移动电子商务的前景，可是周磊并不了解移动电子商务，因此他决定先从移动电子商务基础知识开始学习。



情境导入

二、情境分析

在学习移动电子商务前，了解移动电子商务的基本知识是非常重要的，首先必须了解清楚下面几个问题：

1. 移动电子商务的出现主要表现在哪些方面？
2. 移动电子商务的特点是什么？与传统电子商务相比有什么优势？
3. 移动电子商务都有哪些具体的分类？
4. 目前移动电子商务的发展现状是什么？未来又会怎么样？

技能学习

一、技能支撑

1.移动电子商务出现时的表现

支付方式多样化

在线交易

多种灵活的销售方式

物流信息跟踪更加方便快捷

个性化服务

技能学习

一、技能支撑

2.移动电子商务出现时的分类

(1) 按服务类型分类

- 1) **推式服务。**移动电子商务的推式服务，就是根据用户的消费习惯、爱好，推送用户所需要的各种服务。
- 2) **拉式服务。**这是一种被动的服务方式，用户自主地进行信息的查询和服务的选择。
- 3) **交互式服务。**交互式服务是移动电子商务中最常用的服务方式，这里可以简单的理解为介于推式服务与拉式服务之间的一种服务，例如淘宝推出的支付宝钱包就属于交互式服务的APP。



技能学习

一、技能支撑

2.移动电子商务出现时的分类

(2) 按商务形式分类

按商务形式划分，移动电子商务可分为：B2C、C2C、B2B、O2O、G2C等多种形式。

- 1) B2C (Business to Customer) 业务是企业对消费者的业务，也就是通常说的商业零售，直接面向消费者销售产品和服务。
- 2) C2C (Consumer to Consumer) 的移动电子商务是个人对个人的商务形式。C2C模式的特点是消费者与消费者之间的交易。
- 3) B2B (Business to Business) 业务是企业与企业之间通过移动互联网进行数据交换、传递，开展丰富的商业贸易活动。

技能学习

一、技能支撑

2.移动电子商务出现时的分类

(2) 按商务形式分类

4) O2O (Online to Offline) 是指将线下的商务机会与互联网结合, 让互联网成为线下交易的平台。

5) G2C (Government to Citizen) 是指政府与公众之间的电子政务。

技能学习

一、技能支撑

3.移动电子商务发展现状与趋势

我国移动电子商务目前处于刚刚起步阶段，其发展特点可以总结为以下三点：

- (1) 完善无线设施的基础建设，大力发展无线网络；
- (2) 国内运营商纷纷涉足移动电子商务领域。近些年，淘宝、京东都相继推出了手机端的APP，微信也推出了微信钱包的业务；
- (3) 传统的行业开始涉足移动电子商务，例如万达集团与百度、腾讯合作成立万达电子商务公司。

移动电子商务的发展已经势不可挡，其将会与人们的生活越来越紧密，发展移动电子商务也将是未来传统电子商务的必然趋势。

技能学习

二、案例学习



✚ 技能学习

二、案例学习

为了紧跟移动电子商务的发展，传统家装服务转战移动电子商务，例如土巴兔装修APP从2012年上线至今，凭借优质的一站式家装服务在众多家装APP中脱颖而出。土巴兔是面向用户的一站式家装服务平台，目前已开通250个城市分站，累计服务1600万中国家庭。在土巴兔，用户可获得免费验房、免费设计与报价、装修质检、家居电商、品质施工、远程监控工地等服务。换句话说，用户可以通过一部手机，定制家装风格，并且可以远程看到自己家装修的进度，解决的大多数上班族的家装烦恼。

技能学习

二、案例学习



通过本案例可以看到，传统行业积极加入到移动电子商务的大军当中，推出手机端APP，这充分说明了移动电子商务正在被传统企业所重视。

技能学习

三、技能提升

移动电商相比于传统商务的优势



技能学习

三、技能提升

移动电商相比于传统商务的优势

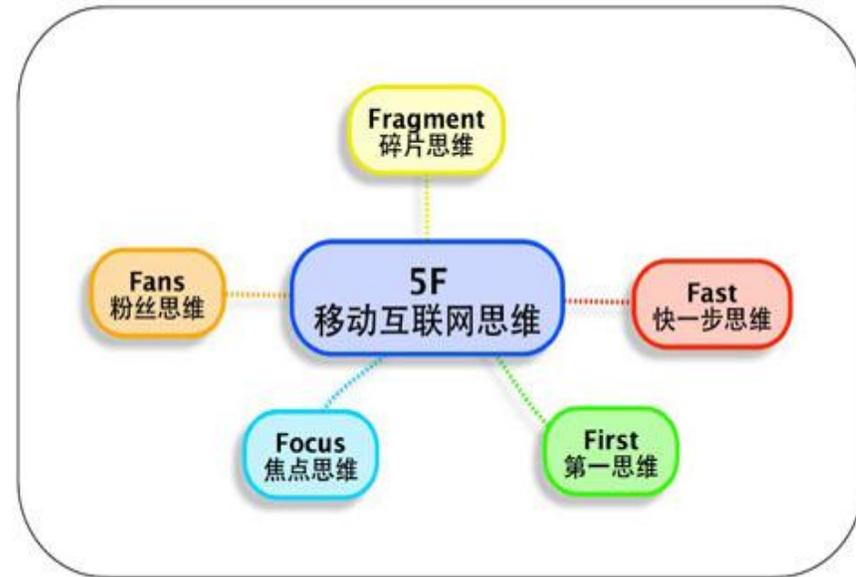
- 1.灵活。**移动电子商务不同于传统商务，它可以完全根据消费者的个性化需求和喜好进行定制。
- 2.简单。**土巴兔的用户只需要轻点手机就能轻松了解到家装的各种装修信息。对于用户而言，简单的操作让用户更加便捷喜爱，对于商家而言，这种方式提升了营销效果，降低了成本，扩大了市场。
- 3.方便。**移动电子商务的用户通过手机就可以随时随地获取所需的服务信息，不受时间和空间的限制，从而很大程度上方便了用户。

移动互联网时代的5F思维

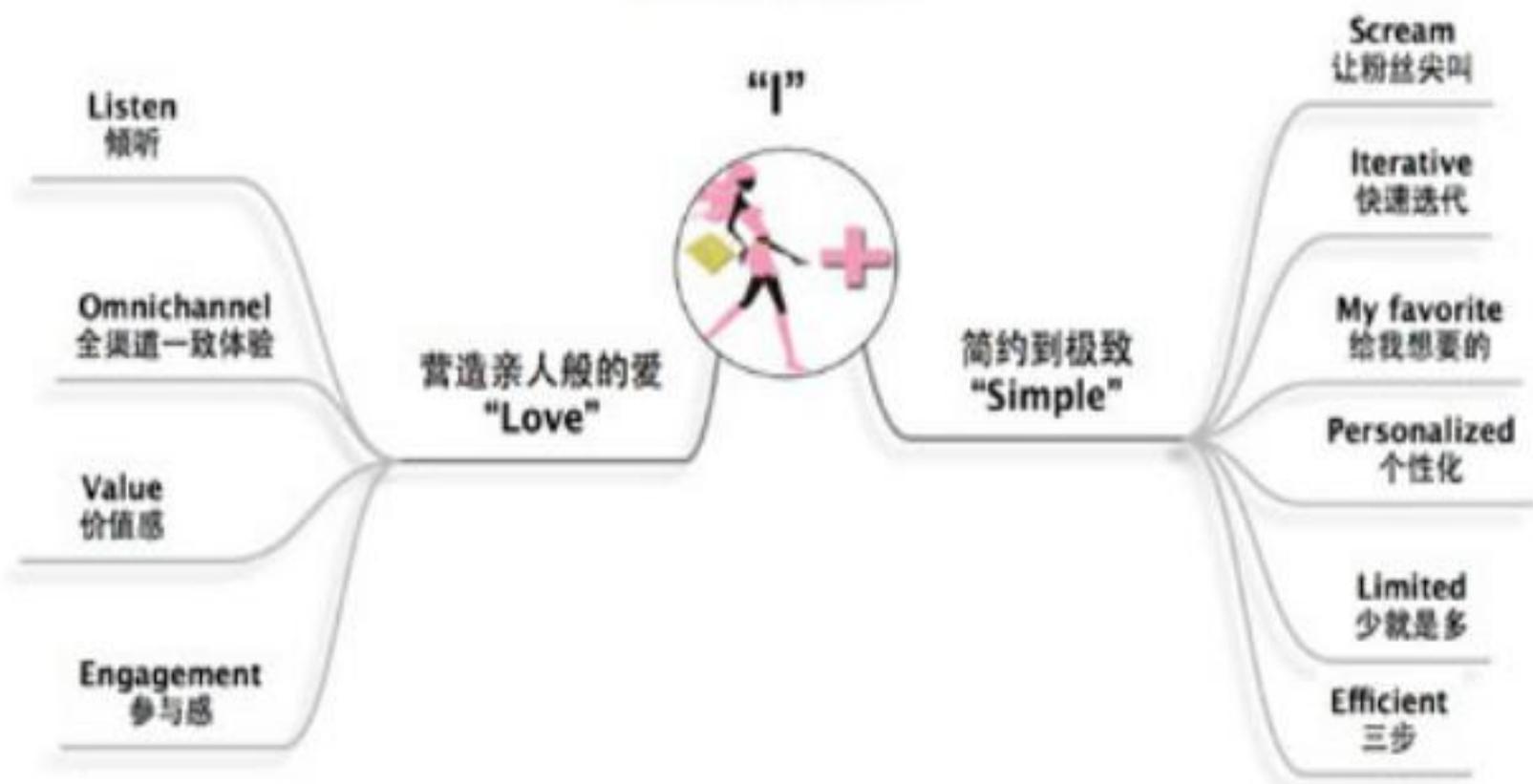
从PC互联网时代进入了移动互联网时代，移动互联网具备5F思维：

- **Fragment 碎片化思维**
- **FANS 粉丝思维**
- **FOCUS 焦点思维**
- **FAST快一步思维**
- **FIRST第一思维**

- 行动指南：移动互联思维十大落地法则：
- **Love（营造亲人般的爱）**
- **Simple（简约到极致）**



移动互联网思维 落地十大原则



Fragment碎片化思维



- 移动互联网加剧了消费者的三个碎片化趋势：
 - **购物地点的碎片化；购物时间的碎片化；购物需求的碎片化。**
 - 碎片时间成为赢得消费者的黄金窗口，如何建立起碎片化思维，从碎片的世界中汇聚商业的力量？
 - 我们有五个关键的课题需要研究：
 - 1.如何让消费者在碎片时间主动选择你？
 - 2.如何让消费者在一分钟内爱上你？
 - 3.如何在一小段时间里与消费者建立起令她心动的对话？
 - 4.如何在一个碎片的时间窗口提供令消费者尖叫的商品和服务？
 - 5.如何通过全渠道覆盖消费者更多的碎片时间？

微信张小龙说，

——“如果不能让用户在一分钟爱上你”

在移动互联网时代，每一分钟都将可以被计价。

如用户和**专家资源**是可以直接**实时链接**的，

当你可以直接找到律师、医生等专家，

消除专业知识的信息不对称，

而**专家的碎片化时间的价值**也将被释放，

并按照分钟来出售。

Fans粉丝思维



- 移动互联网时代的法则是“**得粉丝者，得天下**”。**粉丝就是生产力**，粉丝经济学将大行其道。
- 我们的品牌需要粉丝，粉丝是最优质的目标消费者，一旦注入感情因素，有缺陷的产品也会被接受。粉丝对你的品牌、对你的企业拥有高度的忠诚和热情，还会向他的社交圈传播你的口碑，帮助你的业务获得非线性的增长甚至是爆炸性增长。
- 如何建立起粉丝思维，从市场中汇聚**粉丝的力量**？**我们三个关键的课题需要研究：**
 - 1.如何重新定义品牌的理念和价值主张，吸引粉丝？
 - 2.如何将品牌的消费部落打造成粉丝们温暖的精神家园？
 - 3.如何激发粉丝的激情和参与感？

移动互联网时代的**可能**

使得品牌商与消费者**维持关系**的成本降到最低，
真正有机会摆脱中介平台，
品牌的演进获得了新的加速度，
这意味着品牌商可以自定义游戏规则，
用户也将是品牌商自己的。

——→ **粉丝模式**



微信之所以强大

微信是链接工具与信息管道，而非信息中介。

它的运营是完全**去中心化**的，
品牌商能够以更低的成本**维持与粉丝的关系**。



未来品牌 演进的 二种现象

一是将来会有更多跟小米类似的新创商业品牌涌现，
它们从诞生第一天开始，就和**粉丝**一起**共同创建一个品牌**；

二是像耐克、海尔、华为等传统的强势品牌通过移动互联网，
以更低的**成本与粉丝保持互动**，
将可以加速品牌的商业民主化转型。



粉丝思维

在这个时代，没有粉丝，出门你都不好意思跟人打招呼。

- 僵尸粉
- 高仿真僵尸粉
- 五毛粉
- 铁杆粉
- 加V认证粉

拥有、宣传、以此为荣

- 粉丝三感：参与感、尊重感、成就感
- 与用户互动是基础
- 忘掉生硬的广告与公关
- 参与感是新营销的灵魂

“荣组儿”荣誉
开发组

一线客服的权力

微信，解决问题

“因为米粉，所以小米”

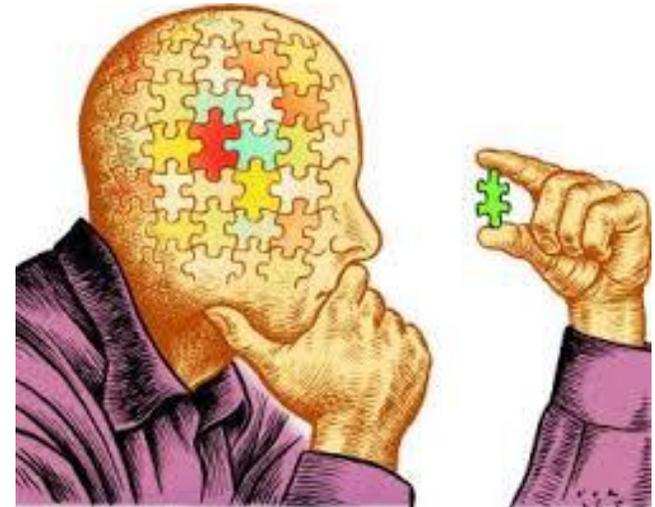
微博，用户沟通

多样化MI产品

小米论坛产品功
能体验报告

Focus 焦点思维

- 在移动互联网时代，“不做什么”比“做什么”更重要。专注才有力量，才能做到极致。
- 如何建立起焦点思维，从看似碎片的世界中汇聚商业的力量？
- 我们有两个关键的课题需要研究：
 - 1. 如何做减法，找到焦点战略？
 - 2. 如何将焦点战略做到极致？



Fast快一步思维

- 在移动互联网时代，你**得到优势的时间和失去优势的时间可能是同样的短。**
- 如何建立起快一步思维，从变化多端的世界中找到“天下武功，无坚不破，唯快不破”的速度？
- **我们有两个关键的课题需要研究：**
 - **1.如何加速，找到快速发展的道路？**
 - **2.如何将整个组织的速度与顾客的速度协调一致？**

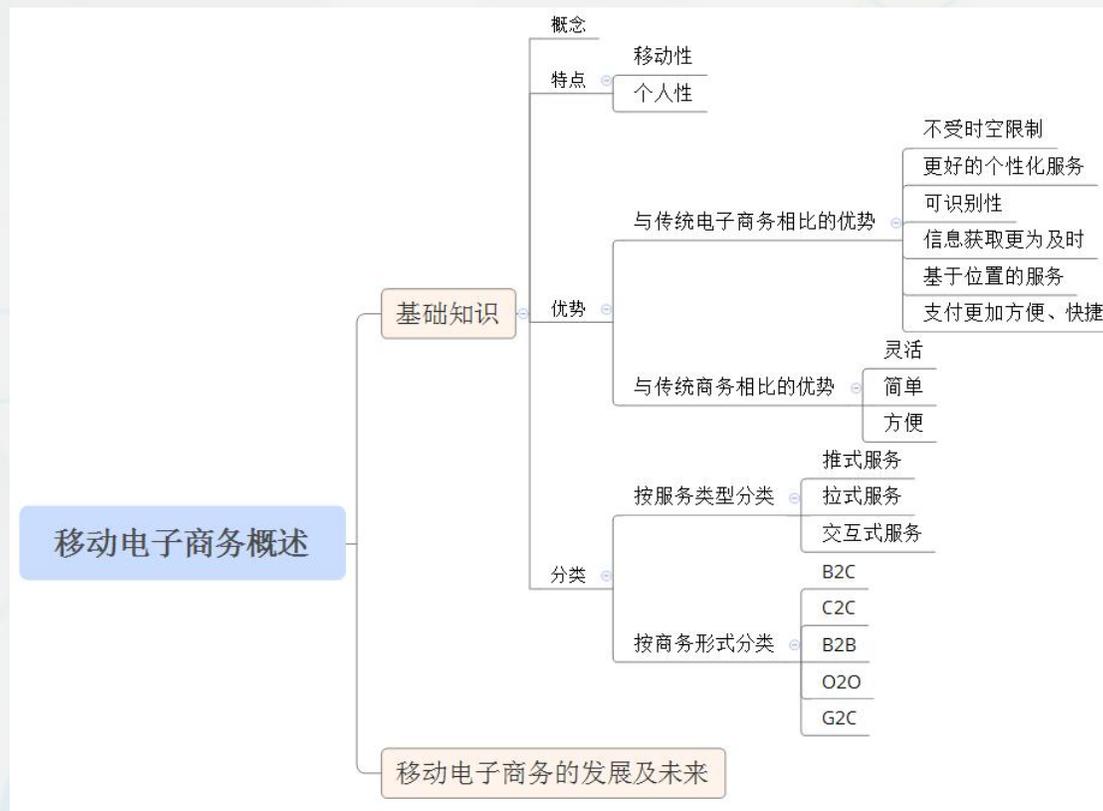


First第一思维

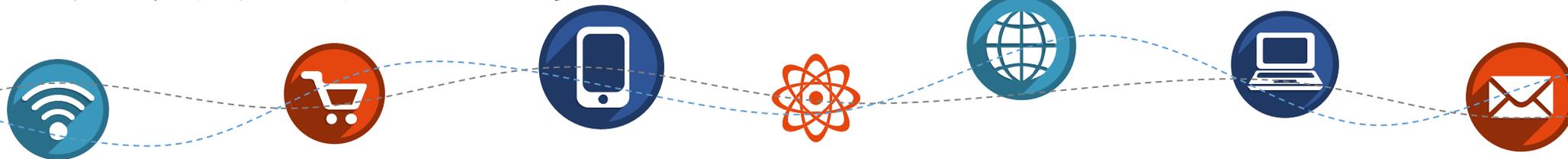
- 移动互联网时代，**只有第一，没有第二**。第一，并不一定是销售额第一。如果想要成为第一，就必须**打破消费者的思维定势，成为消费者心智里的第一**。
- 如何建立第一思维，在自己定位的焦点市场赢得消费者心中的第一？
- 我们有两个关键的课题需要研究：
 - 1.如何定位，找到成为第一的路径？
 - 2.如何成为第一？



要点回顾

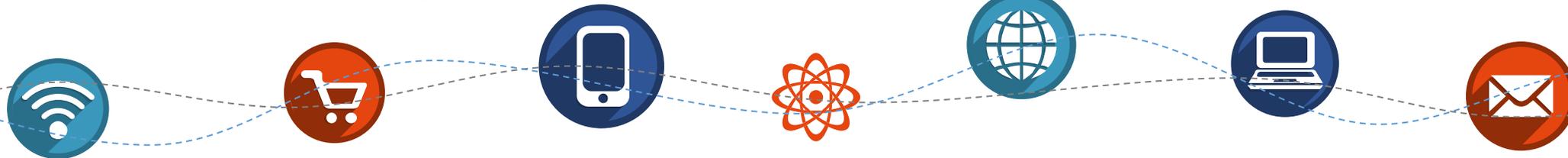


任务实训及考核



| 序号 | 任务描述 | 任务要求 |
|----|-------------------|---------------------|
| 1 | 在百度中搜索淘宝，查看淘宝发展状态 | 通过该任务了解移动商务的发展现状与趋势 |
| 2 | 登录微博和微信，查看其表现形式 | 分析微博和微信的不同 |

1.1.5 任务实训及考核



| 序号 | 任务描述 | 分值（100分） | 说明 |
|----|--------------|----------|----|
| 1 | 什么是移动商务？ | | |
| 2 | 移动商务有什么特征？ | | |
| 3 | 移动商务有哪些表现类型？ | | |

谢谢!

