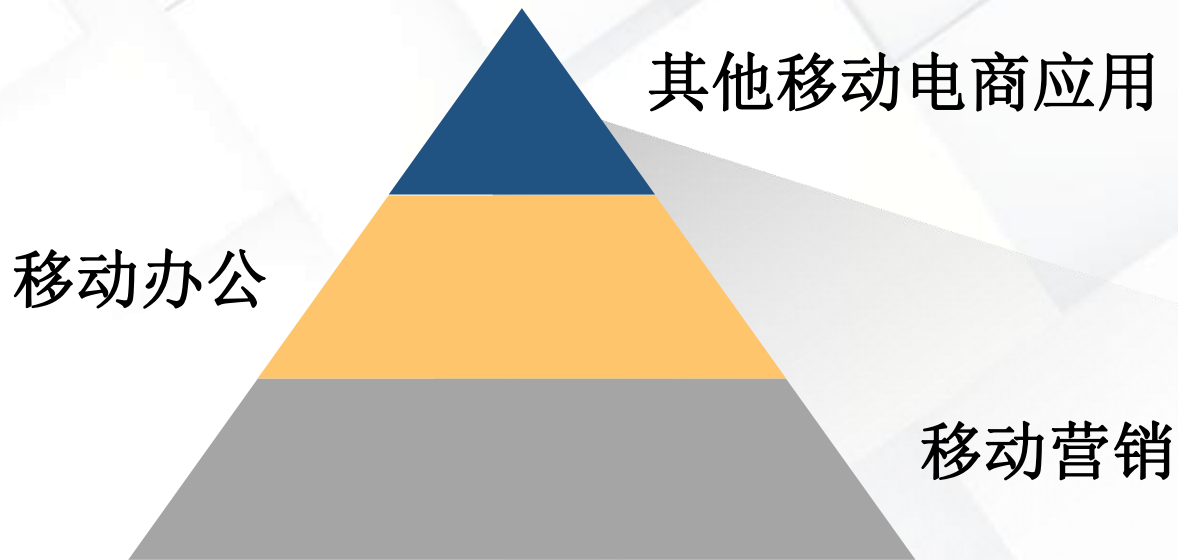


02

# 移动电商的应用

## 第二节 移动电商的应用

---



### 一、移动营销

移动营销（Mobile Marketing）是指面向移动终端（手机或平板电脑）用户，**在移动终端上直接向目标受众定向和精确地传递个性化即时信息**，通过与消费者进行信息互动来达到市场营销目的的行为。

## 第二节 移动电商的应用

### (一) 微信营销



#### 微信朋友圈广告



微信朋友圈广告是基于微信公众号生态体系，以类似朋友的原创内容形式在朋友圈中展示的原生广告。

#### 微信公众平台推广



订阅号、服务号、小程序和企业微信

# 视野拓展

## 微信小程序与App

随着移动互联网的高速发展，微信小程序的出现直接引爆互联网市场，甚至被称为“便携版”的App。那么小程序和App到底有哪些不同呢？

App是随着智能手机的产生而发展起来的。App让用户在移动手机端就实现了很多的程序功能应用，微信也是其中的一个App应用。而小程序是腾讯公司推出的基于微信App的程序应用，诞生于2017年1月。

从使用方式上来看，**小程序通过微信扫一扫或者搜索，无须下载，无须安装，和微信共用内存使用；App则需要从网上下载并且安装后才能使用，占据空间内存。**

## 第二节 移动电商的应用

从开发角度看，小程序一次开发，多终端适配，开发成本低，并且只需要提交到微信公众平台审核；App则需适配各种主流手机，开发成本高，而且需要向十几个应用商店提交审核。

从功能上来看，微信对小程序的功能有约束的，只能实现微信平台提供的部分功能；App的功能设置，则由运营者决定，可以实现完整复杂功能。

从推广角度来看，小程序面向所有微信用户，受众用户广；App则面向所有智能手机用户，面向更广的用户群，所有人都可以使用。

**启发思考：**你认为小程序能取代App吗？

## 第二节 移动电商的应用

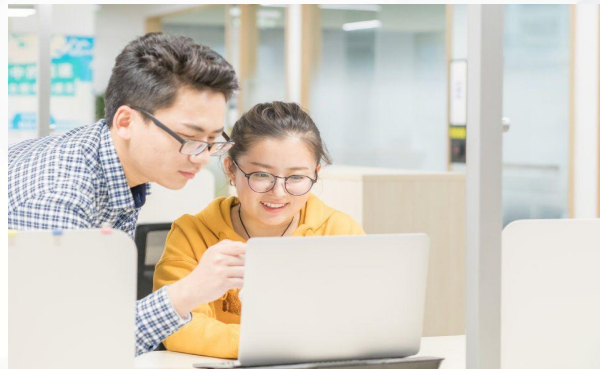
### (二) 移动社交营销



移动社交营销  
的应用



社交拼团



社交新零售



点击视频：为何拼多多两三块的东西还包邮？

# 案例

## 蘑菇街、小红书、拼多多如何玩转社交电商

- 一、蘑菇街：“直播+直播”颠覆传统电商的玩法
- 二、小红书：“明星效应+社交电商”玩出彩
- 三、拼多多：“社交拼团”新生代网民狂欢季

这就是增量思维，两人成团，想拿到这么低的价格，就要拉一个用户进来，拼多多就多了一个用户，产品和活动每一个细节都是为了增加用户量设计的。

- 启发思考：**
1. 请分别分析蘑菇街、小红书、拼多多的商业模式。
  2. 社交电商相比传统电商平台有什么优势？



## 二、移动办公

### 1. 钉钉

钉钉的六大功能：



组织管理



外部联系人管理



在线沟通



E应用



协同办公



数据安全 管理

### 2. 企业微信

企业微信，是腾讯微信团队为企业打造的高效办公平台。企业微信除了具有类似微信的聊天功能，而且企业微信实现了企业微信和个人微信的互通，增强产品的用户触达能力。

企业微信与个人微信具有一致的沟通体验，简单易用。用企业微信直接添加微信用户为好友，可以更好地沟通工作。同时可运行小程序，使用微信支付能力。在OA功能方面，企业微信具有公告、考勤、请假、报销等功能。

### 三、其他移动电商应用



移动金融业务



无线医疗



移动旅游



移动出行



移动娱乐

# 案例

### 伪满皇宫博物院推出新服务 扫二维码即可进入

据《人民网》2018年9月30日报道 9月29日，为了迎接十一黄金周的到来，伪满皇宫博物院在吉林省内率先启用手机微信购票，扫二维码即可进入博物院，方便快捷。

### 案例

据了解，每年旅游高峰期，伪满皇宫博物院游客服务中心排队购票的游客很多，为了解决这一难题，提升购票效率，避免发生安全事故，伪满皇宫博物院在十一黄金周前夕，引入新型智能售票系统，更换原有验票设备，并对网络售票各项措施进行了全面的测试和实践，游客扫描伪满皇宫博物院提供的二维码，即可进入选择界面，点击“微信购票”程序，按提示步骤操作，手机购票全程仅需50秒；观众在验票口扫描收到的验证二维码即可进入伪满皇宫博物院参观。

### 案例

伪满皇宫博物院在实现网络快捷售票的同时，在游客服务中心还专门为游客提供了自助售票机，游客按照界面提示，通过微信、支付宝或银联卡支付方式即可自动打印门票。

**启发思考：**移动电商的出现，会给旅游业中的哪些职业带来机会，哪些职业造成威胁？

# 案例

### 出行大混战：美团进入打车市场之后，高德推出顺风车服务

据2018年3月27日《第一财经日报》报道（赵陈婷）在美团进入打车市场之后，高德地图成为出行市场的新参与者。2018年3月27日，高德地图宣布推出顺风车业务，成都、武汉两地率先上线，同时开启北京、上海、广州、深圳、杭州等城市的车主招募，之后将逐步扩展到全国更多城市。

## 第二节 移动电商的应用

对于上线顺风车项目，高德地图表示，高德公益顺风车坚持不以营利为目的，撮合的是高德平台上现有的自驾出行用户以及有真实出行需求的用户，坚决不打补贴战，不会刺激运力额外增加。“高德顺风车也坚决不会抽取用户佣金，甚至目前还为用户补贴短信通知、保险等第三方服务费，保证乘客花多少钱，车主就能拿到多少钱。”

高德地图此前发布的一份报告显示，以北京五环范围内为例，有16.4%的出行需求高度重合。若充分发展顺风拼车，预计每年可减少驾车里程约1.11亿千米，相当于减少3万吨的碳排放。



## 第二节 移动电商的应用

---

而这背后，高德已经搭建了一站式公共出行服务平台——易行。高德易行App于2017年7月上线，目前已经接入了滴滴快车、神州专车、首汽约车、曹操专车、摩拜单车和飞猪旅行等众多的出行服务商，可为用户提供十多种不同的出行方式。

**启发思考：**高德地图涉足出行方式业务对其他出行服务商会造成怎样的冲击？