第一图书网, tushu007.com

<<3G营销>>

图书基本信息

书名：<<3G营销>>

13位ISBN编号：9787302199250

10位ISBN编号：7302199256

出版时间：2009-4

出版时间：清华大学出版社

作者：（英）艾荷南 等著，钱峰，莫昕玮 译

页数：262

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：http://www.tushu007.com

第一图书网, tushu007.com

内容概要

3G是目前通信业界毫无疑问最为热门的词汇。
2009年1月7日，中国移动、中国电信、中国联通三家运营商获得了3G牌照，从此中国全面跨入了3G时代。
在3G牌照发放后，三大运营商纷纷开始和加快了3G网络部署。
3G业务的开展是全社会为之瞩目的大事。
在竞争不充分的时代，运营商更多关注的是网络建设。
然而，3G业务是三大运营商首次全面聚首角逐的新业务，在网络建设之外，营销和服务是竞争的焦点。
本书就是从这一角度出发，全面剖析了3G业务的目标客户群体、市场细分、服务开发、渠道建设、品牌建设、定价等方面的内容。
本书既有一定的理论深度，又包含很多实践性的内容，适合3G业务运营第一线的经营管理者借鉴参考。
本书适用于移动运营商（移动、电信、联通）、服务商（各电信业务咨询机构，中国通信服务集团）、设备商（华为、中兴等）等整个移动通信产业链上的从业人员、行业分析人员以及对通信领域感兴趣的爱好者。

第一图书网, tushu007.com

作者简介

托米·T．艾荷南（Tomi T Ahonen）是一位享誉全球的电信行业专家，也是多本畅销书的作者。
他的研究领域包括电信、IT、媒体，并对亚洲市场有独到的见解。
他目前担任Fjord公司董事，并在英国牛津大学教授3G课程。
他曾管理诺基亚公司的3G业务咨询部门和3G研发中心。
他是美国圣约翰大学MBA及宾州克莱瑞恩大学学士。

第一图书网, tushu007.com

书籍目录

第1章 导论　1.1 回顾　1.2 我们学到了什么　1.3 简单探讨3G的定义　1.4 小结　第2章 市场情报　2.1 市场情报　2.2 系统的市场情报　2.3 环境分析的情报　2.4 获得更多更好的情报　第3章 市场细分　3.1 是市场细分　3.2 市场细分标准　3.3 ERP、CRM和市场细分　3.4 从理论到实践：建立市场细分模型　3. 开发市场细分模型　3.6 市场细分小结　第4章 服务开发和管理　4.1 服务开发——5个M　4.2 服务管理(产品管理)　4.3 产品推出　4.4 中止服务　4.5 小结　第5章 合作伙伴关系管理　5.1 什么是合作伙伴关系　营商是这场比赛新的参与者　5.3 收入分享　5.4 影响收入份额分派的主要影响因素　5.5 经验法则　5.6 同管理　5.7 放弃合作　第6章 终端　6.1 电器的发展　6.2 瑞士军刀还是一体化设备　6.3 消费品设备　车　6.5 近乎于科幻的装置　6.6 手机补贴　6.7 另眼看手机　第7章 分销　第8章 门户　第9章 促销　第1 化　第11章 服务使用　第12章 可达性　第13章 销售移动服务　第14章 定价　第15章 费用计算　第16章 其 来源　第17章 应对流失　第18章 营销计划　结语 进入电信营销的新纪元　参考文献　参考网站　附录　后 为3G革命的一部分

章节摘录

第1章 导论　　1.2 我们学到了什么　　便携式电话已经有超过30年的历史了。
移动电话的大规模市场发展大约持续12年了。
有SMS短信已经10年了，移动互联网或先进的移动服务业务只有5年。
就像社会学家告诉我们的一样，每个地方都要花3-6年来完成社会行为的变革，我们只是最近才开始发现移动电话语音服务的巨大市场在多大程度上改变了我们的习惯和文化。
一些早期的争论主要针对移动电话是否可以在火车或其他公共交通工具上使用。
当然，相反的观点也是存在的，比如在芬兰，公众调整并接受了这一实践，在一辆高峰时段的巴士上你可能同时听到五段压低嗓音的对话，但是在日本，没有人会在火车上打电话。
在这两个国家，更多的人使用短信或大量的移动服务来娱乐、交流或工作。
　　短信的影响如此新近，以至于只有最早接受它的国家如挪威、瑞典、芬兰和意大利才有一些可以供分析研究的数据资料。
一些关于文本信息带来的社会和文化变革的学术研究显得非常有趣，比如缇莫·考伯马在他的《口袋中的城市：信息社会的诞生》中提到的发现。
同样，移动互联网也由于太过新近，而没有足够的数据资料证明其影响力。
所有关于移动因特网的实际影响的故事都是建立在非常小的样本上，或者建立在对于整个社会来说非常特定的一个细分市场上。
是的，我们在日本看到许多I-Mode(信息模式)的个性化下载，交易量和顾客满意度等等也是显而易见的，但是这些数据是建立在日本的年轻人在他们如今最爱的小玩意——移动电话上新奇的消费的基础上。
只有当我们看到整个社会很好地接受并使用I-Mode(信息模式)时，我们才能推断其他国家中类似的社会影响。
老年人是否也会从先进的无线服务中发现不得不注意的服务呢？

第一图书网, tushu007.com

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:http://www.tushu007.com