

<<移动就是一切>>

图书基本信息

<<移动就是一切>>

内容概要

未来一切都将是移动的。

移动将成为全球遥遥领先的商务平台。

移动设备的尺寸和便携性，将开创生意的新模式，而且会改变很多商业领域。

但所有这一切，将在何时、何地、以什么样的方式发生？

另外，你如何保证你的机会大于风险？

以智能手机与平板电脑为代表的互联网移动终端设备已经开始改变这一切。

移动电子商务事实上远远超出了商务的范畴，它是人类未来生产与生活的方式。

当你的工作与生活都可以随时随地随心地进行，那该是怎样一种充满生机的美好未来？

每一种人所渴望的美好未来都蕴藏着巨大的财富机会。

移动大时代正在到来，每个人都需要做好准备。

本书研究、把握移动设备作为买卖工具的潜在机会，以及在客户与品牌之间建立一对一关系的方法，助你成为移动信息时代的掘金高手与管理精英。

作者简介

保罗·斯盖尔敦（Paul Skeldon），英国自由记者、顾问、作家、录音师及摄像师，自1995年以来一直致力于移动领域的研究。

他目前担任移动领域的主流媒体——World Telemedia的总编，也是欧洲第一本互动网络杂志——Mobiledotcomms的联合创始人。

保罗为全球主要报纸和杂志撰写移动领域的文章，反映移动在商务和生活中所扮演的角色。

李亮，毕业于对外经济贸易大学，现任职于阿里巴巴集团的天猫商城，从事海外商家顾问工作，致力于研究移动电子商务发展趋势。

书籍目录

CHAPTER01第一章移动绑定了什么：跟钱有关的一切与“极大人群”做生意 005智能手机为发达国家构造金钱之网 006第三世界跑步进入移动时代 009从千亿美金的市场雏形开始 010CHAPTER02第二章移动终端排兵布阵：开发应用or编织网站被下载数百亿次的手机应用 016简单、快捷的移动服务 017为应用软件开个专卖店 022好东西如何让人发现 027不可小视的移动网站 030针对移动端的网页设计 031应用与移动网页在互补中渐趋佳境 035CHAPTER03第三章指尖上的财富：让人们用手机随时随地购买你的产品开发移动终端的商业潜能 049准确把握不同区域人群的购买需求 051商店定位，比价和条码扫描 052移动支付必须快捷又安全 057基于位置服务的零售理念 059基于蓝牙的邻近营销 061精细分众的移动定向营销 066发放移动代金、优惠券刺激购买 068将现实全息叠映在网络上 073产品在社交网络中的品牌策略 076实体零售店内如何作为 078CHAPTER04第四章快乐消费：创造优质的移动购物体验移动终端作为媒体的角色呈现 085平媒与受众新的互动方式 085纸媒借由移动的增值服务 090数字图书的盈利模式 097移动引擎之下电视内容的新变化 099受众指挥电视节目 102音乐是免费的，而更好的音乐则需要付费 105游戏和博彩的春天 109品牌嵌入游戏的动感营销 118让用户通过手机累计消费积分 119一切销售皆可移动 121移动票务已成主流 121旅行社和游客双边获益 125移动端直播赛事的谋利空间 127球迷、产品与服务的合体 128修缮买卖双方互动 131CHAPTER05第五章让广告飞一会儿：如影随形的信息覆盖什么是移动广告 138个性化的短信营销 139使用位置服务寻找商店地址 142什么样的营销不可以做 143移动终端作为广告媒介的可能 145低价取得目标客户的内容植入广告 146让更多人找到你的移动网站 148应用和移动网站 149优惠券和抵用券的得与失 150残忍的比价网站 153待机屏幕广告的鸡肋残局 154将广告叠加于现实世界 154智能海报与手机的互动 155作为产品营销与交易平台的社交网络 156广告内容与网页内容的无缝对接 158CHAPTER06第六章转机就是商机：一场医疗方式的全面革新远程监控疾病 163自动化的移动医疗应用 164移动医疗服务给病人自救的能力 167远程分享、咨询以及诊断 170家庭保健监控系统 172CHAPTER07第七章另一片市场空间：颠覆传统的管理思维手机监控客户反馈并调整营销参数 177手机跟踪员工以及车辆动向 179手机完成移动股份交易 181通过手机进行员工培训和调度 184CHAPTER08第八章快速套取流动财富：发放移动钱包使用手机账单 189付费短信支持购买行动 190网银之外的遁世神器“WAP计费” 195贝宝、一键购物和账号存储 199应用内条码扫描支付 205信用卡公司的反击 206近场通信（NFC）和非接触支付 207手机变钱包 212碰一下就能转账 215移动银行开辟大市场 215CHAPTER09第九章未来的时代：移动就是一切亟待突破的技术瓶颈 221更好、更快、更宽的网络 222一切都是潜在的移动终端 225丰富消费体验提高投资回报 231以视觉与听觉遥控你的生活 232通过移动设备抵达一切 234附录：常用术语 235致谢 243

<<移动就是一切>>

章节摘录

移动·财富儿子7个月大的时候，他拿起出生以来经常看见我使用的iPhone，开始用小手在屏幕上乱划。

对于他来讲，这还算不上是一部电话，而是一个可以随意触摸，给他带来未知乐趣的东西。

任何一个60、70、80年代，甚至是90年代初的人，都沉醉于《星际迷航》中所展示的个人通信设备。

实际上，之后每个科幻电影中基本都出现过这样的设备。

接着，借助于无线电波技术，这样的设备成为了现实——这就是移动电话。

早期的先驱者都遭到了不少白眼，许多评论家都认为这东西的前景不会很好。

它既昂贵又笨重，永远也不会被大众接受，这使得它看起来不切实际。

然而，现在我们都知道了，情况截然相反。

手机遍布全球，即便是我那只有几个月大的儿子，虽然发育还不完全呢，也能够使用iPhone。

这证明，这些设备正在超越单纯的手机，它们已经在很短的时间内，变成了我们口袋里的电脑。

现代手机可以连接到互联网，甚至在处理能力方面，相对来讲，已经胜过了送人类上月球的阿波罗号飞船之处理能力。

现代手机具有全彩屏，支持多媒体，使用它可以与任何人互通。

这已经是一个现代奇迹，甚至是人类历史性的发明之一。

毫不夸张地说，今天的手机是一个强大的“野兽”，即便对一个还不会走路、不会说话的孩子，都能产生无处不在的强大影响，这使得我们所有人对其商业价值都很感兴趣。

但是什么是移动电子商务（m-commerce），它如何为你带来价值？

对于大多数人来讲，移动电子商务只是在线购物的延伸——用手机随时访问互联网，从而实现在线购物。

在线购物用了很多年才确立了现在的地位，如今，它已经变成了很普通的购物方式。

相对于电脑来讲，手机更加方便，人们可以一边看电视一边购物，而不用再起身打开台式机，或者拿起笔记本电脑。

这正是规模达数十亿美金的移动电子商务市场的重要组成部分。

但除此之外，移动电子商务还有很多体现形式，因此，我写了这本书。

移动购物只是移动电子商务的一个分支，移动电子商务包括售卖商品（包括虚拟和实物），传递票据，发送优惠券以及接触潜在的客户。

手机变成了吸引客户走进实体店的工具，是将电视、平面、户外广告和在线广告转化为交易的渠道，是支付设备，是消费者分享和推荐商家的方式，甚至是一个让客户在必要时联系你的工具。

移动电子商务包括一系列的服务，可以使消费者在实体店获得更多信息，可以增加销售额。

它使得零售商可以提高效率，优化客户服务，缩短结账队伍，并提供增量销售和关联销售的机会。

坦白地讲，移动电子商务，是商务的衍生。

因此，任何人，不管是卖家还是买家；任何产品，不管是数字产品、实物、服务、内容或是创意，都应该考虑移动化。

对很多人来讲，移动电子商务是电子商务的自然延伸：只不过是把在网上卖东西转向移动渠道。

在基本形态上，这正是移动电子商务之所在。

由于手机越来越接近具有无线上网功能的电脑，所以移动电子商务和电子商务的界限越来越模糊。

在很多情况下，移动电子商务只是电子商务的移动版本，只是在使用手机而不是用台式机或者笔记本。

（另一个很有意思的话题是：在笔记本或者平板电脑上购物，算是移动电子商务吗？

而外出时在网吧上网购物，是否也算是移动电子商务呢？

）但这并不是“电子商务”和“移动电子商务”的本质区别。

这些区别是很微妙的，但非常重要，例如与电脑屏幕相比，手机屏幕的尺寸、方向和比例不同，需要考虑手机处理能力，多任务处理能力，以及移动通信网络的带宽问题。

但是移动的微妙之处比这些技术上的考虑还要深入很多。

<<移动就是一切>>

移动电子商务也是一个消费者心理的转变。

一个人的手机对其来讲是不可侵犯的，是非常隐私的。

在如何利用移动手段把商家和消费者连接起来的过程中，需要考虑这个特性。

寻求移动电子商务机会的人需要研究一下，消费者在何时何地，会用他的手机登录一个品牌或商店的网站。

你需要保证消费者的体验不仅与不同终端的特性相符，还要与其时空相符，这可不小的挑战。

这才是移动电子商务与电子商务的区别，这区别甚至比实体店与网店的区别更大。

这就是本书的主要内容。

它将你带上狂野的过山车，体验兴奋和尖叫，讲述电子商务的简史、手机的崛起以及移动互联网，特别是移动在零售领域的应用。

我们也会研究其他移动电子商务所涉及的领域，从数字产品的销售，到媒介产品作为商品售卖，以及移动怎样渗透至其他领域，如医疗、日常生活以及旅游产业，甚至是橄榄球俱乐部、体育运动、现场直播和其他领域如何体现移动通信的商业效果。

本书将探究移动设备作为买卖工具的机会，以及在客户与品牌之间建立一对一关系的方法，看看什么该做，什么不该做。

当我开始给儿子零花钱，使他开始变为一个有自己权利的消费者时，我就得准备好，他们这一代不光是数字原住民（与互联网共成长的一代），更是移动原住民。

他们希望用移动的方式完成所有的商业行为。

我可以这么说，我们所熟知的电脑会消失，对于他们来讲，电脑太不雅观、太笨重，界面太不友好（除非我们增加更多的触屏和语音控制）。

任何事情都可以在具有触屏的移动设备上完成。

无时无刻，无处不在，它成为我们生活的一部分。

当然，这还有一段很长的路要走，但我们已经站在移动电子商务的起跑线上，任何生意，都需要知道移动在提供什么，移动电子商务在全球发展如何，以及今后几年其可能的走向。

所以，把你的手机设为静音，开始静静地读这本书吧。

编辑推荐

大数据时代的电子商务：一场对人类思维、事业及命运的终极颠覆！

<<移动就是一切>>

名人推荐

我们不是因为移动互联网增长的速度比PC端更快，所以要加快移动互联网投入，而是我们将移动互联网定义为未来的一切，不是补充是颠覆，它不是与电脑的齐头并进的另外一个东西，我们认为它是未来的一切。

——刘强东，京东商城董事局主席兼首席执行官移动电子商务，未来电子商务的主战场。

伴随移动互联网时代的到来，移动购物体验逐渐提升，网民的移动购物习惯开始形成，移动购物的交易规模随之迅速增大，预计2015年中国移动购物交易规模有望超过2500亿！

——郭涛，中国互联网协会专家委员

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>