
移动流量经营

主讲人：武威

培训对象：运营商省市分公司

培训时长：1天

课程背景

电信运营商已经进入了4G时代，本来的主要收入必然来自数据业务，运营商的流量经营必然成为4G时代的重中之重。流量经营不是简单的产品销售，而是要以客户为中心，以移动互联网的思维来进行经营。

课程收益

- ✚ 掌握移动互联网经营思路
- ✚ 做好流量经营的具体方法

课程大纲

第一章：移动互联网发展现状及趋势

- 1、运营商在争夺谁的用户？
- 2、用户需要什么？
- 3、Andriod 平台的互联网手机分析
- 4、互联网营销是湿的
- 5、营销理论的演变
- 6、数据经营的目标用户

第二章：移动互联网发展现状及趋势

- 1、移动互联 10 大应用
- 2、深度个性化服务满足多元和差异化需求
- 3、竞合关系驱动移动互联网生态系统发展
- 4、移动运营商的业务定位
- 5、从移动 1.0 到移动 2.0
- 6、iPhone 的商业模式
- 7、移动互联网用户属性
- 8、移动互联网用户的行为

第三章：流量经营基本思路

- 1、流量经营三大基石
- 2、流量价值提升策略
- 3、流量经营中的五个匹配
- 4、流量的分类
- 5、流量经营的方向
 - 5.1 更深入的流量层次分类
 - 5.2 流量的层次——向上突围
 - 5.3 流量异质性
- 6、从经营话务量到经营网络流量
- 7、长尾市场

-
- 8、移动应用的优势
 - 9、对于运营商，什么是好的移动应用
 - 9.1 新的应用市场
 - 案例：招商银行的手机银行
 - 案例：移动支付与移动电子商务的成败
 - 9.2 传统的行业应用市场
 - 案例：掌上配货
 - 案例：ptt 在交易市场的应用
 - 9.3 网购用户
 - 9.4 大学生用户
 - 10、海外运营商的做法

第四章：流量经营的关键——智能管道

- 1、流量收费规则的悖论
- 2、智能管道需要具备的条件
- 3、智能管道四可原则
- 4、智能管道策略
- 5、智能管道捆绑策略
- 6、智能管道的决策支撑作用

第五章：流量经营的关键聚合平台——应用商店

- 1、应用商店的价值
- 2、不同类型应用商店的经营对比
- 3、应用商店创造的客户价值案例
- 1) 汽车行业应用案例
- 2) 愤怒的小鸟如何盈利
- 3) 数字出版的案例

第六章：精准营销

- 1、基于兴趣开展引导，动态调整兴趣度
- 2、不同用户的兴趣点不同
- 3、精确实施流量跨栏
- 4、精确营销自有业务
- 5、五招粘住客户

第七章：流量经营中的互联网营销

- 1、网民的生活路径
 - 2、运营商的网络营销方式
 - 3、宣传渠道
 - 4、许可电子邮件营销
 - 5、SEM
 - 6、社会化媒体营销
 - 7、微博营销
 - 8、营销型网站的建设
 - 9、如何利用网站联盟
 - 10、流量经营中的数据统计分析
 - 1) 上网用户行为分析
 - 2) 分析上网用户的类型
 - 3) 为不同类型的用户定制不同的应用方案
- 案例：腾讯以用户为中心的核心运营理念
-