

基于手机二维码的零售营销策略研究

胡维平

(上海大学,上海 200444)

摘要:以手机二维码为基础的零售营销是一种新的营销方式,其应用策略主要表现在技术、平台、目标市场、支付和流程管理五个方面。开展移动电子商务的零售企业应当根据自身的目标、条件和营销环境,正确制定和实施基于手机二维码的零售营销策略。

关键词:手机;二维码;零售;营销;移动;电子商务

中图分类号:F719 **文献标志码:**A **文章编号:**1673-291X(2012)34-0201-02

越来越多在线零售企业和传统零售企业已经开始尝试开展基于手机二维码的移动电子商务。对于正在或打算开展这类业务的企业来说,应当根据自身的目标、条件和营销环境,正确制定和实施基于手机二维码的零售营销策略。

一、技术应用策略

在与移动电子商务相结合的零售营销中,手机二维码技术应用方式有两种基本模式:“主读模式”和“被读模式”。零售企业应当根据具体情况对它们进行灵活采用。

“主读模式”的方法是:将商品广告和二维码图形一起印刷在平面媒体上,或通过网页、电视等呈现在电脑或电视屏幕上,消费者通过安装了二维码软件的手机对二维码图形进行拍照识读,了解产品信息,进而通过手机登录企业的WAP网站购买商品。“被读模式”又称为O2O模式(即online to offline,其意思是线上购买,线下消费),其方法是:消费者在商家网站上购买商品或优惠券,完成支付后,商家将电子提货券或优惠券通过二维码短信或彩信发送到消费者的手机上,然后消费者凭借手机上的电子二维码短信或彩信到商家门店验证成功后领取或兑换商品或进行消费。“主读模式”实际上是一种让消费者通过手机扫码上网的零售电子商务,在这种模式下,消费者只要看到二维码广告,就可以利用空闲时间进行手机扫码上网购物。对于那些讨厌出门跑腿和排队等候,追求时间和体力节约的消费者而言,“主读模式”是一种更受欢迎的零售营销模式。在“被读模式”中,获得二维码电子优惠券或提货券的消费者在去实体店取货或消费之前必须提前与门店预约,但它具有对消费者有吸引力的若干优点:较大的优惠幅度、商品被假冒和损坏的概率低、可以方便地(以转发短信的方式)将电子凭证当作礼品送人等。在拓展

零售业务的过程中,就特定类型的商品销售而言,零售企业的营销管理者选择“主读模式”还是“被读模式”,应当根据目标顾客的偏好和地理分布情况而定。

二、平台策略

利用手机二维码技术开展零售业务必须借助网络交易平台(包括WWW平台和WAP平台以及二者的整合)。就目前国内情形来看,移动电子商务有四种类型的网络交易平台:第一种是移动运营商主导的交易平台;第二种是二维码技术服务商主导的交易平台;第三种是平台运营商主导的交易平台(如手机淘宝、淘宝商城等);第四种是由全国性的大型在线零售商自建的平台(如无限1号店、京东商城手机版等)。第一种和第二种平台主要是针对不需要物流配送的零售业务而设计的。如果经营的商品种类较少,目标顾客集中在某一个城市并且消费者愿意自己到商店取货或者商品本身不存在物流配送环节,那么零售商可以考虑选择第一种和第二种平台。第三种平台通常在网站浏览量、技术基础设施、服务与安全管理、安全支付等方面具有较明显的优势,对于以全国的网络消费者为目标顾客的中小零售商来说,选择第三种平台是非常合适的(事实上,由于网站管理规范和支付宝的支持等优势,淘宝网聚集了全国最多的在线消费者和中小零售商户)。全国性的大型在线零售商拥有品类丰富的商品,目标顾客数量多且分布广,选择自建网络交易平台不仅能获得规模经济性,还可以向中小零售商出租虚拟店铺,以获取更多的收益。由于订购量大以及许多顾客选择货到付款,为了更好地控制物流和资金流,选择第四种平台的零售商往往需要在全国各地有选择地建立自己的物流配送中心。

收稿日期:2012-10-15

基金项目:上海市教育委员会科研创新项目“手机二维码广告供应链研究”(10YZ31);上海市高等教育内涵建设“085工程”子项目

作者简介:胡维平(1966-),女,湖北荆州人,副教授,从事广告理论与实践、市场营销研究。

三、目标市场选择策略

选择合适的目标市场是基于手机二维码的零售营销取得成功的关键。在利用手机二维码开展移动电子商务的过程中,零售企业应当从以下几个方面考虑目标市场的选择。首先,要考虑地理因素。当采用“被读模式”时,经营地方性特色门店或地方性连锁门店的零售企业应当以本地手机用户作为目标顾客;经营全国性连锁门店的零售企业应当以分布在各地的连锁门店所在商圈内的手机用户作为目标顾客。当采用“主读模式”时,要考虑使用智能手机上网的消费者主要集中在哪些城市,从中选择合适的城市智能手机用户作为目标顾客。被选中的城市不仅要有大量的使用智能手机上网的消费者,而且可以建立和利用集约化的物流配送中心。其次,要考虑潜在消费群体在人口统计、心理和行为等方面的特点是否与基于手机二维码的零售业务相匹配。城市年轻白领、大学生等人群具有以下特征:容易接受和相互传播新颖、时尚的消费方式,经常使用电脑和手机上网,购物时追求快捷方便,经常上网购物,有较强的购买力和旺盛的消费欲望。这些特征决定了这些人都是基于手机二维码的零售营销的主要目标顾客群体。

四、收款策略

网络零售中可供选择的支付方式很多,总体上可以分为两大类:一类是在线支付(如网银支付、信用卡在线支付、在线第三方支付等),另一类是离线支付(如货到付款、邮政汇款、银行汇款等)。在基于手机二维码的零售营销中,由于“主读模式”和“被读模式”之间的差异性很大,因此二者在支付方式的选择方面也存在着明显的差异。“主读模式”既可支持离线支付,又可支持在线支付,但由于消费者使用手机购物追求的是快捷方便,采用“主读模式”的企业在选择离线支付时实际上只有货到付款最具有可操作性。当条件具备时,采用“主读模式”的企业最好同时为广大消费者提供离线支付和在线支付方式供其选择(当然,在线支付所占比重越大,资金流管理成本越低,对企业越有利)。“被读模式”只能支持在线支付,之所以如此,是因为向消费者的手机所发送的二维码电子凭证是商品的价值符号,必须让消费者先付款,然后再发送电子凭证。由于对安全的担心,消费者通常不愿意使用信用卡在线支付,因而网银支付和第三方支付成为在线支付中的主要形式。

五、营销流程管理策略

基于手机二维码的零售营销在企业采用的初级阶段必

然存在诸多不完善的地方,要提高它的效率和经济绩效,最根本的方法是对营销流程进行基于反馈的持续改进。对基于手机二维码的零售营销进行持续改进的方法就是建立合理的流程标准并对流程进行实时跟踪和调整。在对零售营销中的信息流、促销流、服务流、资金流、物流建立相应的标准之后,应在执行的过程中加强跟踪监督,对发现的问题或不足之处及时处理,在学习中总结经验和创新,以不断提高流程效率、顾客满意度和营销效益。这里举一个对基于手机二维码的零售营销流程进行持续改进的例子。无限1号店是由知名网店——1号店开发的国内第一家基于手机二维码的零售营销平台,该平台主要采用“主读模式”,于2011年7—8月分别在上海的地铁系统和北京的公交系统投放手机二维码大型平面广告,吸引消费者用手机扫码上网购物。这是无限1号店的第一期市场推广活动。第一期推广获得了较好的效果:企业品牌关注度增长300%,手机客户端下载量和WAP交易平台销售量均增长100%。其营销管理人员并没有浅尝辄止,他们通过对第一期市场推广活动的跟踪监视,从市场第一线获得了大量的有价值的反馈信息。根据对第一期市场推广的经验和教训,他们对第二期市场推广计划做了深入细致的分析和更合理的设计,在媒体选择、投放地点、新增商品展现形式、产品选择以及支付方式等方面做了进一步的优化。从九月份开始,无限1号店二期推广活动同时在北京、上海和广州三个城市的地铁系统展开。在第二期市场推广活动中,无限1号店精心筛选的二维码广告投放地点更接近中心商圈,将虚拟货架由原来的地铁站厅转移到了地铁站台等候区,使之与用户距离更近,让顾客更方便地利用碎片时间——等候地铁的过程中完成购物。无限1号店第二期推广计划最大的亮点在于进一步增强了与顾客之间的互动,新推出了可替换商品的“商品专区”,用户用手机扫描“商品专区”二维码,即可登录某品类的主题网页,看到更多的商品(在1号店WAP网站后台可及时更新商品目录),这一新技术的推出很好地克服了墙体平面广告不能及时更新内容、展示商品数量有限等局限性。二期推广活动还专门设立了“1元商品体验区”,以吸引更多顾客体验手机扫码上网这种全新的购物模式。对于消费者比较关注的支付方式问题,1号店选择与已有国家签发牌照的支付企业进行合作,推出手机支付服务,让消费者在手机购物过程中兼享快捷便利和安全。

值得补充的是,利用手机二维码开展移动电子商务的零售企业在制定和实施营销策略时,不仅要注意从以上五个方面选择合适的策略,还要注重这五个方面的策略之间的相互协调和配合,并根据营销环境的变化及时进行适当的调整。

参考文献:

- [1] 陈宇.中国移动电子商务发展现状及趋势研究[J].电子商务,2011,(10).
- [2] 李熙.关于移动商务与电子商务结合的初探——团扣网[J].价值工程,2011,(24).
- [3] 李逸平.3G背景下的移动电子商务发展策略[J].中国管理信息化,2011,(18).
- [4] 屈雪莲.手机二维码开启全新增值业务空间[J].通信管理与技术,2007,(2).
- [5] 褚艳芬.手机二维码引领消费新风尚[J].信息与电脑,2011,(6).
- [6] 唐娜.二维码的移动营销想像[J].市场观察,2011,(4).
- [7] 无限1号店让漫步地铁站成为时尚[EB/OL].百灵网,http://www.beelink.com/20110928/2824712.shtml,2011-09-28.

[责任编辑 王晓燕]