

决胜移动终端:移动互联时代影响消费者决策的6大关键, 查克·马丁

通过在商店内放置低功率的传感器,营销人员和各品牌零售商可以跟踪到手机的运动方向。他们可以追踪到很多数据,其中包括店前的人流量、有多少人仔细观看了特定的商品橱窗、有多少人进入了商店以及他们接下来的去向,还可以从中发现重复性的购买者。这意味着,零售商可以发现有多少消费者会在特定时间段内返回同一家商店,以及当他们回来时会去哪个商品区。商家会基于以上信息,微调橱窗展示方式,因而可以发现各商品区在一天的哪个时段人流量最高,从而协调人员安排。这些都不需要捕捉用户的个人信息,当然,这也是因为技术还没发展到那一步。

查克·马丁, 决胜移动终端:移动互联时代影响消费者决策的6大关键. Kindle Edition. loc. 209-214. Accessed: 3/18/2016

销售过程的阶段论是一个早已为人熟知的传统购物概念。这个概念被称为“AIDA”,其内容包括引起注意(Attention)、唤起兴趣(Interest)、激发欲望(Desire)和采取行动(Action)这4个阶段

查克·马丁, 决胜移动终端:移动互联时代影响消费者决策的6大关键. Kindle Edition. loc. 363-365. Accessed: 3/18/2016

查克·马丁, 决胜移动终端:移动互联时代影响消费者决策的6大关键. Kindle Edition. loc. 377. Accessed: 3/18/2016

营销人员必须根据特定消费者的时间点、心智模式和所处位置来决定产品信息

查克·马丁, 决胜移动终端:移动互联时代影响消费者决策的6大关键. Kindle Edition. loc. 382-383. Accessed: 3/18/2016

营销人员必须根据特定消费者的时间点、心智模式和所处位置来决定产品信息的位置,从而使得这些信息能够被消费者读取。

查克·马丁, 决胜移动终端:移动互联时代影响消费者决策的6大关键. Kindle Edition. loc. 382-383. Accessed: 3/18/2016

有两类公司是移动影响力的先驱,我将这两类公司命名为“移动影响力的领导者”和“移动影响力的推动者”。“移动影响力的领导者”是指那些真正变得移动化并且部署移动战略的公司,而这之中有些是在全球范围内的。“移动影响力的推动者”是指那些为移动影响力的领导者

查克·马丁, 决胜移动终端:移动互联时代影响消费者决策的6大关键. Kindle Edition. loc. 405-407. Accessed: 3/18/2016

有两类公司是移动影响力的先驱,我将这两类公司命名为“移动影响力的领导者”和“移动影响力的推动者”。“移动影响力的领导者”是指那些真正变得移动化并且部署移动战略的公司,而这之中有些是在全球范围内的。“移动影响力的推动者”是指那些为移动影响力的领导者服务并在某些时候使他们变得更加强大的公司。

查克·马丁, 决胜移动终端:移动互联时代影响消费者决策的6大关键. Kindle Edition. loc. 405-408. Accessed: 3/18/2016

美味世界(Mondelez)国际公司正式创建于2012年底,由前卡夫食品公司的国际食品制造业务构成。美味世界在世界各地分布着总共大约10万名公司员工,年收入约360亿美元,这家公司旗下拥有的知名品牌包括吉百利、纳贝斯克、奥利奥、Trident口香糖、荷氏、趣多多、妙卡巧克力和果珍。该公司同样是移动影响力的领导者。

查克·马丁, 决胜移动终端:移动互联时代影响消费者决策的6大关键. Kindle Edition. loc. 426-429. Accessed: 3/18/2016

人们使用地理定位和基于时间的提醒就能够形成那种环境关系

查克·马丁, 决胜移动终端:移动互联时代影响消费者决策的6大关键. Kindle Edition. loc. 633-633. Accessed: 3/19/2016

最好的产品是品牌美学和易用性的结合

查克·马丁, 决胜移动终端:移动互联时代影响消费者决策的6大关键. Kindle Edition. loc. 712-712. Accessed: 3/19/2016

最好的产品是品牌美学和易用性的结合。我的经验和位置设定都是从消费者体验的角度出发的。我想

查克·马丁, 决胜移动终端:移动互联时代影响消费者决策的6大关键. Kindle Edition. loc. 712-714. Accessed: 3/19/2016

实际消费行为不再只发生在一个特定的时间段或一个特定的地点,而是在所有的时间和地点都可能发生。

查克·马丁, 决胜移动终端:移动互联时代影响消费者决策的6大关键. Kindle Edition. loc. 817-818. Accessed: 3/20/2016

Adfonic

查克·马丁, 决胜移动终端:移动互联时代影响消费者决策的6大关键. Kindle Edition. loc. 867-867. Accessed: 3/20/2016

终极位置驱动力

查克·马丁, 决胜移动终端:移动互联时代影响消费者决策的6大关键. Kindle Edition. loc. 1213-1213. Accessed: 3/20/2016

LocalResponse

查克·马丁, 决胜移动终端:移动互联时代影响消费者决策的6大关键. Kindle Edition. loc. 1262-1263. Accessed: 3/20/2016

Tasti D-Lite

查克·马丁, 决胜移动终端:移动互联时代影响消费者决策的6大关键. Kindle Edition. loc. 1362-1362. Accessed: 3/21/2016

。Tasti D-Lite提供了一个如何将移动终端体验、在线体验和实体店体验整合到一起的路线图,并且在这条道路上积累了很多经验。

查克·马丁, 决胜移动终端:移动互联时代影响消费者决策的6大关键. Kindle Edition. loc. 1363-1364. Accessed: 3/21/2016

Foursquare主要是以方位或地点为中心的,现在还有像Instagram这样以图像为中心的应用。

查克·马丁, 决胜移动终端:移动互联时代影响消费者决策的6大关键. Kindle Edition. loc. 1374-1375. Accessed: 3/21/2016

Zillow

查克·马丁, 决胜移动终端:移动互联时代影响消费者决策的6大关键. Kindle Edition. loc. 1432-1432. Accessed: 3/21/2016

零售行业通常将这一过程称为“展厅现象”,它就是指消费者在实体店浏览商品,但是通过移动终端在网上或者从另一个商家购买商品的现象。消费者只是把零售商的设施和库存作为了解商品的场所。

查克·马丁, 决胜移动终端:移动互联时代影响消费者决策的6大关键. Kindle Edition. loc. 1696-1697. Accessed: 3/21/2016

根据GroupM Next的一项研究,如果网上的价格比实体店价格低2.5%,45%的顾客表示他

查克·马丁, 决胜移动终端:移动互联时代影响消费者决策的6大关键. Kindle Edition. loc. 1730-1731. Accessed: 3/21/2016

根据GroupM Next的一项研究，如果网上的价格比实体店价格低2.5%，45%的顾客表示他们会离开实体店转而在网上购物。如果折扣能够提高到5%，60%的顾客表示他们会放弃在实体店购物。在20%的折扣水平，只有13%的顾客会留在实体店。从价格的角度来讲，如果线上线下的差异达到5美元以上，那大部分展厅现象用户会转向线上。GroupM Next的研究表明，如果一个实体店能够将价格差异保持在5%之内，近一半的潜在展厅现象用户会决定在实体店成交。这也就意味着，精明的零售商需要不断地将他们的产品和网络上同样的商品进行比价。

查克·马丁, 决胜移动终端:移动互联网时代影响消费者决策的6大关键. Kindle Edition. loc. 1730-1735. Accessed: 3/21/2016

尚未开始这么做的零售商最好能跟随V & D的脚步，将他们的数字渠道和物理渠道连接到一起。在

查克·马丁, 决胜移动终端:移动互联网时代影响消费者决策的6大关键. Kindle Edition. loc. 1820-1821. Accessed: 3/22/2016

在移动购物生命周期中，花在实体店的时间只是这个过

查克·马丁, 决胜移动终端:移动互联网时代影响消费者决策的6大关键. Kindle Edition. loc. 1821-1821. Accessed: 3/22/2016

与个人之间发送短信不同，短信营销行业已经发展得高度复杂。企业可以通过包括位置、人口特征和时间段在内的一系列方式，来锁定消费者。

查克·马丁, 决胜移动终端:移动互联网时代影响消费者决策的6大关键. Kindle Edition. loc. 1877-1878. Accessed: 3/22/2016

“Xtify”

查克·马丁, 决胜移动终端:移动互联网时代影响消费者决策的6大关键. Kindle Edition. loc. 1977-1977. Accessed: 3/22/2016

1-800-Flowers.com是一家有35年发展历史、利用情境相关性的公司。带着每年进账大约7亿美元的成绩，1-800-Flowers.com是第一批主动拥抱名为SO—LO—MO（社交—本地—移动）趋势的零售商先行者——SO—LO—MO包括社交媒体、本地商店和移动技术等元素。

查克·马丁, 决胜移动终端:移动互联网时代影响消费者决策的6大关键. Kindle Edition. loc. 2021-2023. Accessed: 3/22/2016

关于移动世界隐私问题的、常被人们误解的事是，在没有得到授权的情况下，客户不希望自己分享的信息被用于其他地方。但奇怪的是，我们发现如果能证明你是正确的信息管理者人选，那顾客更加愿意提供他们的信息。

查克·马丁, 决胜移动终端:移动互联网时代影响消费者决策的6大关键. Kindle Edition. loc. 2044-2046. Accessed: 3/22/2016

展厅现象

查克·马丁, 决胜移动终端:移动互联网时代影响消费者决策的6大关键. Kindle Edition. loc. 2079-2079. Accessed: 3/23/2016

无论是对抗展厅现象还是充分利用展厅现象提供的机会，像V & D一样将数字和实体供应链充分整合，或在实体店使用短信，当获得消费者的位置信息时，营销人员可以在移动购物用户在适当位置的时候为他们提供增值服务

查克·马丁, 决胜移动终端:移动互联网时代影响消费者决策的6大关键. Kindle Edition. loc. 2079-2081. Accessed: 3/23/2016

邻近营销

查克·马丁, 决胜移动终端:移动互联网时代影响消费者决策的6大关键. Kindle Edition. loc. 2092-2092. Accessed: 3/23/2016

Scanbuy

查克·马丁, 决胜移动终端:移动互联网时代影响消费者决策的6大关键. Kindle Edition. loc. 2114-2114. Accessed: 3/23/2016

SpyderLynk

查克·马丁, 决胜移动终端:移动互联网时代影响消费者决策的6大关键. Kindle Edition. loc. 2114-2114. Accessed: 3/23/2016

会员卡App。

查克·马丁, 决胜移动终端:移动互联网时代影响消费者决策的6大关键. Kindle Edition. loc. 2124-2125. Accessed: 3/23/2016

QR码扫描 App。

查克·马丁, 决胜移动终端:移动互联网时代影响消费者决策的6大关键. Kindle Edition. loc. 2130-2130. Accessed: 3/23/2016

ScanLife

查克·马丁, 决胜移动终端:移动互联网时代影响消费者决策的6大关键. Kindle Edition. loc. 2191-2191. Accessed: 3/23/2016

●星巴咖啡。为了推广一款新产品线的招牌咖啡，这家咖啡店希望顾客能够了解到更多有关他们最喜爱咖啡的知识，并且积极参与相应活动。它还希望能够找到方法，在购买过程中迅速而方便地将信息提供给顾客。这家公司将QR码印刷在几百万个咖啡袋上，这些QR码能够链接到与产品相关的视频和其他的演示上，比如如何煮咖啡的演示。客户可以进行扫描、共享并且投票，目前在移动网站上已经收集了50 000张投票

查克·马丁, 决胜移动终端:移动互联网时代影响消费者决策的6大关键. Kindle Edition. loc. 2200-2204. Accessed: 3/23/2016

Layar

查克·马丁, 决胜移动终端:移动互联网时代影响消费者决策的6大关键. Kindle Edition. loc. 2281-2281. Accessed: 3/23/2016

“个性化将是对移动商务行业和相应公司的核心要求，而Catalina则是这个趋势的推动者之一。”

查克·马丁, 决胜移动终端:移动互联网时代影响消费者决策的6大关键. Kindle Edition. loc. 2409-2409. Accessed: 3/24/2016

移动电子商务实际上将实体商店和使用移动终端的购物者联系到了一起，并且零售商能够使用移动终端（和登录传统网站的方式相似）在你穿过商店时提供个性化的体验。

查克·马丁, 决胜移动终端:移动互联网时代影响消费者决策的6大关键. Kindle Edition. loc. 2412-2414. Accessed: 3/24/2016

商务旅客仍倾向于在最后一分钟进行预订，而为了休闲而旅游的旅客倾向于在几周前就进行预订。

查克·马丁, 决胜移动终端:移动互联网时代影响消费者决策的6大关键. Kindle Edition. loc. 2474-2475. Accessed: 3/25/2016

作为全球最大的电信公司，西班牙电信的业务范围遍及25个国家，在欧洲和拉丁美洲市场表现最为突出，并在手机支付方面的动作频繁。这家公司在全球拥有3亿客户，并与Visa形成了战略伙伴关系，双方一起在移动电子商务中发掘新的商业机会。它还与万事达卡（MasterCard）合作创建了一家合资企业，并在拉丁美洲创造了一个新的名为“Wanda”的品牌以开拓移动金融业务。

查克·马丁, 决胜移动终端:移动互联网时代影响消费者决策的6大关键. Kindle Edition. loc. 2585-2588. Accessed: 3/25/2016

“无论何时何地，你动手手指就能够获得丰富的信息。当走进商店发现一件特别的商品时，你可以扫描条形码、查看评价、看看还有哪些人已经购买了这件

产品、查看详细的产品信息等等。我们可以预见这些体验将会被更加紧密地集成起来，同样可以预见出产品研究、产品评价、产品比较、特价、支付方式等，所有都能通过无缝化并且十分时尚的方式呈现给客户。很显然，这给客户增加了价值，而这种价值会随着未来的体验一体化的发展趋势而不断扩大

查克·马丁, 决胜移动终端:移动互联网时代影响消费者决策的6大关键. Kindle Edition. loc. 2707-2711. Accessed: 3/25/2016

我们不看重成为市场上的第一名，而专注于成为市场上最好的选择。对于我们来说，“好”意味着客户体验好、安全性强、可依赖性高、时间精准，还有能够在每天将体验带给数百万客户。

查克·马丁, 决胜移动终端:移动互联网时代影响消费者决策的6大关键. Kindle Edition. loc. 2724-2726. Accessed: 3/25/2016

万事达卡的愿景是“一个超越现金的世界”，它每年处理超过230亿笔交易。作为一个支付处理者，这家公司通

查克·马丁, 决胜移动终端:移动互联网时代影响消费者决策的6大关键. Kindle Edition. loc. 2784-2785. Accessed: 3/25/2016

万事达卡的愿景是“一个超越现金的世界”，它每年处理超过230亿笔交易。作为一个支付处理者，这家公司通过万事达卡全球网络将金融机构、商家和持卡人者联系了起来。

查克·马丁, 决胜移动终端:移动互联网时代影响消费者决策的6大关键. Kindle Edition. loc. 2784-2786. Accessed: 3/25/2016

移动购物用户可以使用这款App来预先规划旅行、添加购物清单，并通过商店的室内地图找到要去的商品区。这款App能够让品牌根据顾客特有的购物标准、所处方位的变化轨迹、关键词搜索和用户生成的信息等内容锁定目标客

查克·马丁, 决胜移动终端:移动互联网时代影响消费者决策的6大关键. Kindle Edition. loc. 2856-2858. Accessed: 3/26/2016

以顾客为中心和服务顾客的理念通过移动终端的力量有了更大的潜力，尽管单单因为技术就能获得最终的成功的情况很少见。公司内部的管理结构或者企业文化常常会阻碍移动影响力成功地发挥作用。

查克·马丁, 决胜移动终端:移动互联网时代影响消费者决策的6大关键. Kindle Edition. loc. 2897-2898. Accessed: 3/26/2016

引入技术方案是企业关注的一个重要方面，而顾客则是另一方面，这甚至会随着移动终端的强势话语权变得更加强大。举个例子来说，前一段时间我们引入了回报丰厚的Shopkick应用，当时的想法是当购物者走进像梅西百货或者百思买这样的商城时，我们会静悄悄地把信息发送到他们的手机上，并且只要消费者在商城中收到回馈点（被称为Kick），他们便可以因为扫描特定商品的条码而得到奖励积分。

查克·马丁, 决胜移动终端:移动互联网时代影响消费者决策的6大关键. Kindle Edition. loc. 2899-2902. Accessed: 3/26/2016

Shopkick

查克·马丁, 决胜移动终端:移动互联网时代影响消费者决策的6大关键. Kindle Edition. loc. 2900-2900. Accessed: 3/26/2016

在移动购物生命周期中，销售的过程并没有因为顾客完成购物而结束。刚买到心仪商品的顾客会在移动终端登录社交网络分享他们收获的新战利品以及他们的购物体验等相关信息，无论好坏一一道来。分享信息的方式包括在购买商品后发送一条短信，使用移动电话拍照并发布在Facebook上，等等。这意味着每次购物体验都有可能马上成为全球范围内的实时新闻直播。

查克·马丁, 决胜移动终端:移动互联网时代影响消费者决策的6大关键. Kindle Edition. loc. 2936-2939. Accessed: 3/27/2016

根据思科视觉化网络指数关于全球移动数据流量的预测报告，截止到2016年，移动视频流量将占到所有移动终端数据流量的71%。这个流量相当于330亿张DVD，4.3万亿MP3文件，或者813万亿条短信息所占用的数据流量

查克·马丁, 决胜移动终端:移动互联网时代影响消费者决策的6大关键. Kindle Edition. loc. 2949-2951. Accessed: 3/27/2016

Mogreet

查克·马丁, 决胜移动终端:移动互联网时代影响消费者决策的6大关键. Kindle Edition. loc. 2955-2955. Accessed: 3/27/2016

Mogreet自称是第一家能够发送彩信视频到消费者手机上的公司，无论消费者使用的是哪家无线运营商服务。经过几年发展，Mogreet已经成为行业中最最大的彩信平台。

查克·马丁, 决胜移动终端:移动互联网时代影响消费者决策的6大关键. Kindle Edition. loc. 2957-2959. Accessed: 3/27/2016

Foursquare可以被归类于所谓的纯粹的建立在移动平台上的公司，这意味着它完全是针对移动互联网需求设计，而不是对在线或者传统实体商业的简单扩展。

查克·马丁, 决胜移动终端:移动互联网时代影响消费者决策的6大关键. Kindle Edition. loc. 3095-3096. Accessed: 3/28/2016

Foursquare是给商家和客户双方传递价值的一种非常好的渠道

查克·马丁, 决胜移动终端:移动互联网时代影响消费者决策的6大关键. Kindle Edition. loc. 3184-3185. Accessed: 3/28/2016

我们的广告服务器十分灵活，因此我们可以根据品牌合作伙伴的意愿来进行分配，还可以依据地理因素、人口信息、零售商、市场容量、产品业务种类、消费类型、购买频率、品牌忠诚度、轻度品牌购买者、优惠券用户等，而这仅仅是其中的一小

查克·马丁, 决胜移动终端:移动互联网时代影响消费者决策的6大关键. Kindle Edition. loc. 3242-3244. Accessed: 3/28/2016

我们已经将传统的促销优惠从销售点基础设施里面分离了出来。

查克·马丁, 决胜移动终端:移动互联网时代影响消费者决策的6大关键. Kindle Edition. loc. 3256-3257. Accessed: 3/28/2016

Endorse

查克·马丁, 决胜移动终端:移动互联网时代影响消费者决策的6大关键. Kindle Edition. loc. 3263-3264. Accessed: 3/28/2016