

中国移动营销渠道分析



汇报人：XXX



xx年xx月xx日





目录

CATALOGUE

- **中国移动营销渠道概述**
- **中国移动的实体渠道分析**
- **中国移动的线上渠道分析**
- **中国移动的直销渠道分析**
- **中国移动的间销渠道分析**
- **中国移动营销渠道的未来展望**

PART

01

中国移动营销渠道概述





营销渠道的定义与分类



营销渠道定义

营销渠道是商品和服务从生产者向消费者转移的途径，包括直接和间接渠道。

营销渠道分类

根据渠道类型，可分为传统营销渠道和数字营销渠道；根据渠道层级，可分为一级、二级和多级渠道等。



中国移动营销渠道的发展历程

● 起步阶段

20世纪90年代，中国移动营销渠道初步形成，以传统实体渠道为主。

● 发展阶段

21世纪初，随着互联网的普及，数字营销渠道逐渐兴起。

● 成熟阶段

近年来，移动互联网的迅猛发展，移动营销渠道成为主流。





中国移动营销渠道的现状与特点

现状

目前，中国移动营销渠道已经形成了以移动互联网为主要载体，多种渠道形态并存的发展格局。

特点

移动化、数字化、社交化、精准化等。



PART

02

中国移动的实体渠道分析





实体营业厅

数量众多

中国移动在全国范围内拥有大量的实体营业厅，覆盖了城乡各个角落，方便用户随时办理业务。

服务全面

实体营业厅提供了一站式的服务，包括新用户开户、老用户续费、套餐变更、手机销售等，满足了用户的多种需求。

人员专业

实体营业厅的工作人员都经过专业培训，能够为用户提供专业、高效的服务，提升用户满意度。



合作营业厅与专营店

01



合作共赢



中国移动通过与各地方运营商合作，开设了大量的合作营业厅与专营店，扩大了服务范围。

02



统一标准



合作营业厅与专营店都遵循中国移动的服务标准，保证了服务质量。

03



快速响应



合作营业厅与专营店通常位于人流量较大的地区，能够快速响应用户的需求。



代理代办点

01

灵活多样

代理代办点通常是个人或小型商户，分布广泛，服务时间灵活，能够满足用户的即时需求。

02

方便快捷

用户可以在代理代办点完成新用户开户、老用户续费、套餐变更等业务，方便快捷。

03

价格优惠

由于代理代办点的成本较低，因此通常会提供一些价格优惠，吸引用户。

自助服务终端

自助办理

自助服务终端为用户提供了24小时的服务，用户可以通过终端自主完成一些简单的业务操作，如查询话费、缴纳话费等。

功能齐全

自助服务终端具备多种功能，用户可以根据需求选择相应的功能进行操作。

节约成本

自助服务终端的引入可以减少人工服务的压力，降低运营成本。



PART

03

中国移动的线上渠道分析





官方网站



官方网站是展示企业形象、产品和服务的重要平台，也是用户获取信息、了解企业的重要途径。

中国移动的官方网站提供了丰富的产品和服务信息，用户可以在网站上查询、了解、比较各种套餐和服务，方便用户进行选择。



官方网站还提供了在线客服和投诉渠道，用户可以随时联系客服或进行投诉，提高用户满意度。

移动应用 (APP)

01

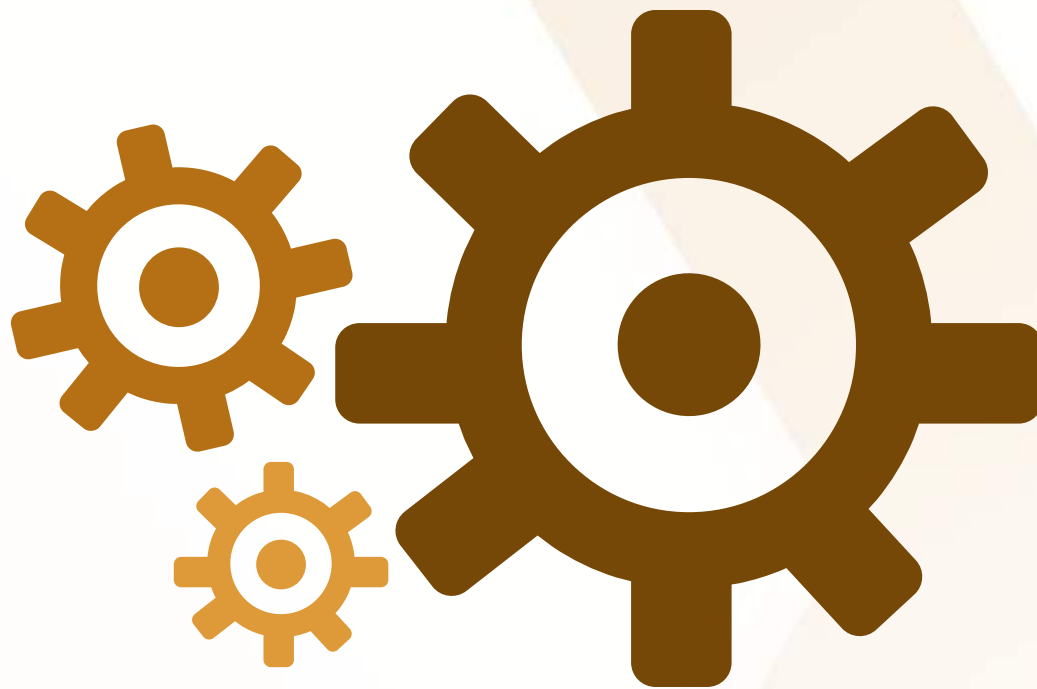
随着智能手机的普及，移动应用已经成为人们获取信息和服务的主要方式之一。

02

中国移动推出了多个APP，包括移动营业厅、掌上营业厅等，方便用户随时随地查询、办理业务。

03

APP还提供了优惠活动、积分兑换等功能，吸引用户使用并增加用户黏性。



以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：
<https://d.book118.com/168105102064006077>