

即时通讯工具中的交互推荐版块交替周期的研究

王菲菲 崔基哲

(延边大学经济管理学院, 吉林 延吉 133002)

【摘要】在高度集中的中国IM市场中, 现行即时通讯工具有自己独特的推荐版块, 推荐版块中的商品交替周期的效应分析及质量显得尤为重要, 若不注重交互推荐版块商品交替的周期那么有可能失去很多商机甚至引起消费者的厌恶。本文试图从分析研究腾讯QQ、移动飞信、阿里旺旺三者的推荐版块商品交替周期入手, 分析各自的优缺点, 围绕商品周期的量化, 总结出可行性推荐版块商品交替周期及现行即时通讯软件登录时弹出的推荐版块商品交替周期的特色, 如何能够使推荐版块商品交替周期更加信息化, 合理化, 人性化。

【关键词】即时通讯工具; 交互推荐版块; 交替周期

一、引言

中国互联网调查报告显示: 2012年上半年, 中国网民总人数达到5.38亿, 其中有69.8%的网民在使用即时通讯软件^[1]。以腾讯QQ, 阿里旺旺, 移动飞信等为代表的众多国内即时通讯产品市场竞争异常激烈, 而其具备的高交互性特点和日新月异的新功能也让更多的网民所接受。

伴随即时通讯而来的是推荐式广告, 它具有非常广的适用性, 但从某种程度上而言, 引起了广大网民的反感与厌恶。推荐式版块广告会延迟主页面打开或者浪费了用户浏览的时间, 对用户的正常使用电脑以及互联网资源产生滋扰。推荐商品版块用强迫的形式, 使网民接受了解广告主题对象, 根据现行法规对推荐版块商品交替广告的规定^[2], 我国即时通讯工具对推荐版块做了改进, 消费者可以根据自己的意愿选择登录时显示或者取消窗口。对于那些选择保留登录时窗口的消费者, 即时通讯运行商为了吸引客户, 弹出式版面, 内容、及其版块商品的周期各有特色。

本文选定中国现行即时通讯软件腾讯QQ、阿里旺旺, 移动飞信三者的弹出式窗口中的推荐版块商品交替周期进行研究。通过研究三种通讯工具的推荐版块的交替周期, 为建立一种以满足消费者需求, 使版块周期合理化, 人性化提供了理论依据。以下推荐版块泛指即时通讯工具中的商品推荐版块。

二、推荐版块交替周期研究意义

1、合理调整推荐版块商品交替周期, 可以提高订单成功率。

依附即时通讯工具的交互推荐版块商品广告的推行, 若推荐版块交替的周期合理, 不仅不会造成商品广告的堆积, 还会吸引消费者注意, 利用即时通讯工具的即时便捷的沟通优势, 潜在买家可以直接和卖家对话, 在买家和卖家直接沟通过程中, 买家不仅切实感受到卖家优质的服务态度, 而且还能足不出户买到自己称心如意的商品, 达到互利双赢。

2、推荐交互版块的应用, 不仅节约营销成本, 还可以让卖家统计自己的商品关注度。

用推荐版块做推广现已成为企业、个人营销的常用的网络推广方式之一, 而基于Web的即时通讯工具基本都具备了流量统计功能, 使商家掌握点击来源的信息, 其中TQ洽谈通更是对流量转化成对话的比率进行统计。在弹出式窗口的推荐版块中, 消费者可以快速捕捉信息, 节省浏览时间, 若想了解推荐商品信息直接点击版块里的文字内容或者图片, 即可直接快速了解到商品的详细信息, 让信息化的人们能够更好地查找到所需要的信息, 在推荐版块内还有搜索框, 便于网民搜寻所需产品信息。

3、调整更换周期, 更加人性化, 促进消费。

即时通讯工具中交互推荐版块内容的周期变化, 让消费者感到更加人性化。不像以往商品广告重复, 使消费者产生厌恶感, 让消费者切实体会到推荐版块带来的便利。

腾讯QQ、移动飞信、阿里旺旺等多种即时通讯工具的推荐版块商品交替周期的各具特色, 为更合理的、人性化的交互推荐版块商品周期性的推出交替奠定基础。

三、推荐版块商品周期特色分析

推荐版块的信息源吸引了更多的消费者, 通讯工具功能的不断强大, 充分利用好它的优势, 挖掘出更好的途径, 调整出更优的推荐版块的更新周期。

腾讯QQ是一家凭借即时通讯起步的互联网公司。截止2012年其注册用户超过10亿, 活跃用户超过7亿^[3]。腾讯的拍拍购物中的每日精选就是用这种模式进行营销, 版块里的商品周期在不断的交替, 同时应用了不同版块模式, 叙述商品的不同类别。阿里旺旺已经在中国高度集中的IM市场占据一席之地, 它对消费者需求和体验的把握精准, 使它对营销市场有一个跟好的突围方式^[4]。登录阿里旺旺弹出每日焦点版块, 在满足交易需求的基础上, 通过营销手段来推动服务。交互式版块商品交替是消费者获取信息的重要来源。随着移动互联网发展逐渐成熟, 移动飞信于2007年出台。消费者选择网络的决策性因素将从单纯的资费原因、信号原因逐渐转移到网络服务内容方面来^[5]。而飞信这种通过服务和内容吸引消费者的平台, 也将会成为运营商之间竞争的主要方式。

三者推荐式版块分析如下:

IM	RS	RTE	SCN	SUWP
QQ	有	有	10	3s左右
飞信	有	无	11	无
阿里旺旺	有	有	8	9s左右

通过三种即时通讯工具的对比可以看出, 都存在推荐式版块, 从周期性可以看出可能存在周期交替, 商品的交互会使消费者对商品的种类有一个初步的认知, 但是会造成消费者视觉上的疲劳, 因此这种运行模式有正面影响同样存在着负面影响。

1、推荐版块的商品内容丰富, 信息的交互性。

这种推荐版块已作为一种双向信息互动平台, 通过一个简单的广告页面链接到厂商的官方网站, 以随时满足消费者对产品的进一步详细了解。推荐商品交替周期的优点如下: (1) 提升营销能力和水平。商品营销的重点是从客户需求出发, 满足消费者的需求, 为消费者策划出更科学合理的商品推荐版块及商品交替周期的方案, 使广告投放更为有效, 为客户创造价值。(2) 提升商品广告经营的综合水平。随着广告业竞争日益激烈和广告业务的日趋复杂, 要想能够让商品得到更大的买卖市场, 就必须学会商品的综合搭配, 专门开发一个领域的市场。(3) 提供了更方便的商品目录。消费者可以根据推荐式版块更多的了解商品的最近更新, 推荐式版块商品周期的交替使消费者更好的查找到自己需要的商品。

(2) 根据不同省份, 不同季节, 节假日进行交替更新。

网络服务商为获得更多的消费者, 应把网站内容丰富独特, 推荐的商品会随着互联网的普及而得到越来越重大的宣传, 为了满足更多消费者需求, 软件可以根据不同地区, 不同季节登录的使用者而弹出各具特色的推荐版块。对于节假日而言, 服务商可以根据不同节日而推出适合的商品, 进行合理的周期交替。

适当的推荐版块的商品周期交替应该从推荐版块的创意、制作、策划等方面入手, 充分利用推荐版块形式多样的特点, 创造出为更多消费者所喜闻乐见、内容新颖, 激发消费者的购买欲望的推荐版块。

四、交替周期对消费者的影响

随着人类生活步调的加快, 我们的消费方式也随之改变。推荐版块的风靡, 能够满足更多的消费者更好的获取信息。推荐商品交替周期不仅会影响我们的阅读, 还会间接影响我们的心情, 过快容易产生压迫感, 过慢而又显得迟钝。推荐版块商品的交替周期, 能够使推荐的产品不单一, 商品的周期交替调动了消费者的购买欲望。受人青睐的一种网络广告形式, 就是通过分析网页内容、辨别网民所在地, 按广告主要求和设置, 将广告有针对性地投放到多家网站目标客户面前, 有效的将广告信息送达最终客户。

推荐版块的发展直接取决于消费者对推荐商品的信任度, 有些推荐版块的设计及周期的交替不能满足广大消费者的需要, 因此会使推荐版块的发展受到很大的影响。

五、总结

推荐版块的商品广告以其快捷的信息传递、优美的画面、新颖的形式吸引更多的消费者, 推荐版块商品广告也成为网络服务商的重要收入来源, 因此推荐版块的商品交替周期应作出更合理的规划, 使得消费者不会因为交替周期的过短或过长, 而错过推荐的商品。

本文通过分析腾讯QQ、移动飞信、阿里旺旺三者的推荐版块商品交替周期, 及各自的优缺点, 围绕商品周期的量化, 建议现行即时通讯软件登录时弹出的推荐版块可行性商品交替周期, 为更加人性化, 合理化, 信息化的交替周期出台做铺垫。

参考文献:

- [1]CNNIC.第30次中国互联网络发展状况统计报告[Z].2012-7-19.
- [2]反不正当竞争法.1993-9-2.
- [3]张津.阿里旺旺以商务之名[J].广告大观(综合版).2008(08).
- [4]刘凤君.略论使用移动飞信的意义[J].产业经济期刊.2011,7(314).

通讯作者: 崔基哲, 博士, 延边大学经济管理学院信息管理与信息系统专业副教授。

即时通讯工具中的交互推荐版块交替周期的研究

作者: [王菲菲, 崔基哲](#)
作者单位: [延边大学经济管理学院, 吉林 延吉 133002](#)
刊名: [时代经贸](#)
英文刊名: [Economic & Trade Update](#)
年, 卷(期): 2013 (9)

本文链接: http://d.g.wanfangdata.com.cn/Periodical_shidjm201309114.aspx