

2022-2027年中国运营商电子渠道服务行业市场调查 研究及投资战略研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2022-2027年中国运营商电子渠道服务行业市场调查研究及投资战略研究报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/channel/yunying/771215.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

最近几年是互联网和移动互联网技术与应用飞速发展的高峰期，各种创新层出不穷，微博、微信等社交工具，机器人、网页客服等智能服务系统，APP等等的手机应用，都造成了运营商的电子渠道样式不得不与日俱增。

太多的渠道又不能做到统一管理，各个不同渠道之间的服务一致性问题重新变得严重，不要说不同渠道之间的信息不一致，就是不同渠道之间的更新不同步有延时，都可能造成用户的困扰甚至损失。以运营商的高频次使用计，如果信息更新相差一分钟，都会造成大量的用户看到的是不同的内容。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一部分 行业发展现状

第一章 电子渠道概述

第一节 电子渠道简介

一、定义与定位

二、特征与功能

第二节 渠道业务类型

第三节 电子渠道职能定位总结

第四节 发展阶段

一、传统渠道的补充

二、客户服务的重要渠道

三、服务营销的主要渠道

四、自助业务主接口

五、客户交互IT中心（个人信用中心）

第五节 主要优势

一、通信运营商

二、客户

第六节 实际应用

第二章 2021年中国电子渠道发展现状

第一节 电子渠道价值评估

一、市场效果评估

二、用户体验评估

第二节 电子渠道的营销模式

第三节 运营商电子渠道瓶颈

第三章 电信运营商电子渠道发展影响因素

第一节 运营商4G产品一体化及全业务运营策略的影响

第二节 移动互联网的发展给电子渠道带来的挑战与机遇

第三节 电子商务的发展对电子渠道影响分析

第四节 网络融合及业务融合的发展影响分析

第四章 2021年中国电子渠道运营状况分析

第一节 电子渠道功能种类

一、网站

二、短信

三、WAP

四、自助终端

五、热线人工

六、营业厅

第二节 电子渠道整体业务占比情况

第三节 电子渠道分类业务占比情况分析

第四节 电子渠道业务功能承载情况

第五节 中国电子渠道项目建设思路

一、项目概述

二、总体建设方案

三、应用系统建设方案

四、平台配置建议

第六节 电子渠道面临的关键问题

第二部分 行业发展研究

第五章 运营商电子渠道发展规划与策略分析

第一节 中国移动

一、电子渠道体系

二、电子渠道营收

三、电子渠道优势

四、电子渠道规划

五、电子渠道营销策略

第二节 中国联通

一、电子渠道体系

二、电子渠道营收

三、电子渠道优势

四、电子渠道规划

五、电子渠道营销策略

第三节 中国电信

一、电子渠道体系

二、电子渠道营收

三、电子渠道优势

四、电子渠道规划

五、电子渠道营销策略

第六章 电子渠道深度运营实施策略建议

第一节 全渠道协同发展战略

第二节 电子渠道精细营销策略

第三节 行业环境变化与电子渠道优化

第七章 电子渠道用户体验研究

第一节 用户特征及使用习惯

第二节 电子渠道服务体验的测量与管理

第三节 提升电子渠道客户体验的方式

第八章 运营商电子渠道改造案例

第一节 国外运营商电子渠道运营案例

一、Orange渠道运营分析

二、SKTelecom渠道运营分析

第二节 国内运营商电子渠道运营案例

一、浙江移动“移动+互联”模式分析

二、新疆电子渠道营销推广分析

第九章 中国电子渠道各省发展态势分析

第一节 北京移动形成较为全面的电子渠道体系

第二节 江苏移动全面推进电子渠道体系化建设

第三节 河南省以电子渠道提升服务能力

第四节 其它

第三部分 行业发展趋势与战略研究

第十章 2022-2027年中国电子渠道发展目标实现分析

第一节 实现目标的背景

第二节 实现目标的挑战与困难

第三节 实现目标的策略与举措

一、系统支持，技术支撑

二、渠道变革，品牌宣传

三、安全保障，服务品质

第十一章 2022-2027年中国运营商电子渠道发展前景展望与趋势预测分析

第一节 2022-2027年中国运营商电子渠道发展前景展望(HJ HT)

第二节 2022-2027年中国运营商电子渠道发展趋势预测分析

第三节 2022-2027年中国运营商电子渠道拓展策略分析

图表目录：

图表：电子渠道的发展阶段

图表：运营商价值链与定位模型

图表：电子渠道AIEAS营销模型

图表：渠道分类与职责目标

图表：电子渠道分类与销售模式

图表：电子渠道未来发展链条

图表：电子渠道AIEAS模型场景

图表：电子渠道的业务营销

图表：电子渠道支撑平台支撑架构

图表：2017-2021年互联网拨号用户数量

图表：2017-2021年互联网宽带接入用户数量

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/yunying/771215.html>