

目标与进度

2011年年会讲稿

提纲

■ 市场环境

■ 公司定位

■ 公司目标

■ 公司安排

- ◆ 国际IT行业情况
- ◆ 国内IT行业情况
- ◆ 移动互联网行业情况
- ◆ 优惠券行业情况

国际：CNN科技新闻

2011年十大科技新闻

1. 史蒂夫·乔布斯辞世
2. 社交媒体成为社会活动联络工具
3. 黑客泛滥
4. 平板电脑大战吸引众多新成员
5. Facebook“无障碍分享”功能
6. 专利大战
7. Google+诞生
8. 苹果市值居全球之首
9. IBM沃森在《危险边缘》节目中击败人类选手
10. Spotify和Facebook拓展数字音乐行业



有望在多年内持续产生巨大影响

2012年十大科技趋势

1. 触控计算
2. 社交手势
3. NFC技术和移动支付
4. 平板电脑
5. 电视服务无处不在
6. 语音控制
7. 空间手势
8. 第二屏幕体验
9. 可弯曲屏幕
10. HTML5技术标准



与移动互联网相关性

国内：2011年十大互联网新闻

A网站排名

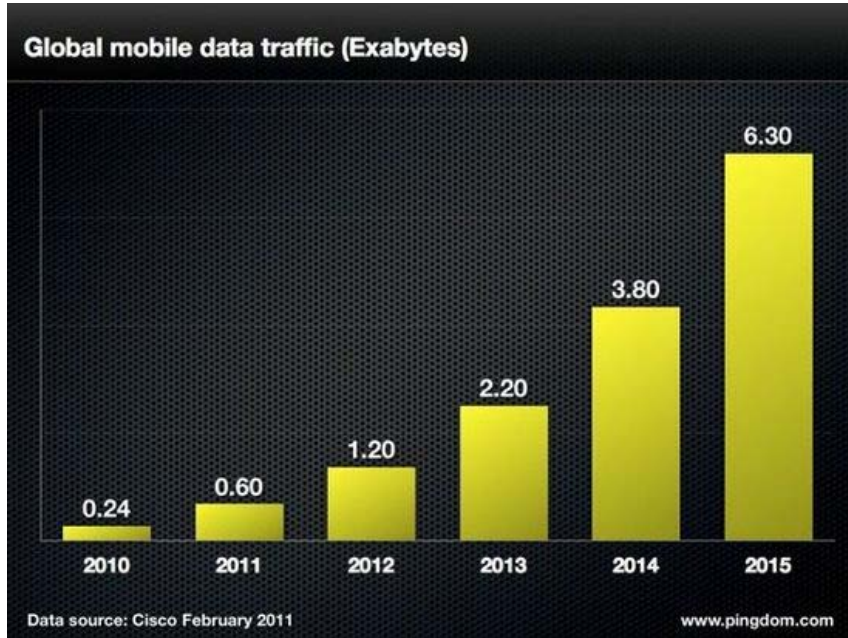
1. 淘宝商城暴动
2. 团购网倒闭潮
3. 中概股遭猎杀
4. 酷6暴力裁员
5. 百度新首页
6. 网店征税
7. 当当CEO微博对骂
8. 雅虎出售
9. 腾讯遭黑客入侵
10. 微博真实身份信息注册

B网站排名

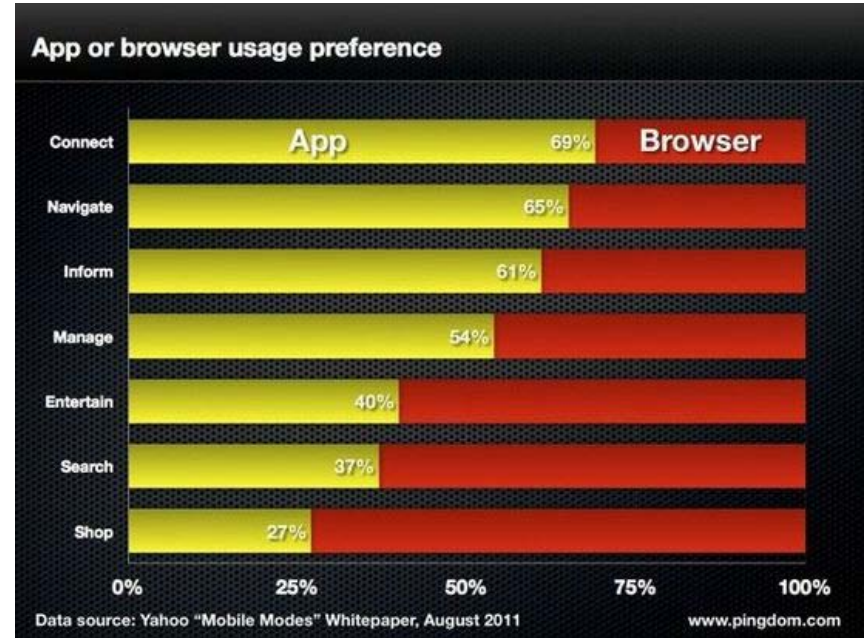
1. 中国概念股遭猎杀
2. 中国互联网公司集中上市
3. 微博社会作用凸显
4. 腾讯宣布开放八大平台
5. 支付宝股权转让VIE模式
6. 第三方支付牌照发放
7. 小米科技发布首款手机
8. 金山动荡
9. 盛大达成私有化退市协议
10. 百度文库之争

全球：移动互联网使用情况及预测

移动数据业务量预测



APP和浏览器比较（2011 Aug）



51%的消费者喜欢从提供移动设备专用网站的零售商处购买产品。
如果网站针对手机进行定制，**35%**的美国移动用户愿意进行更多的“一般浏览”。
平均每名智能手机用户每天访问**24**个网站。
智能手机在全球手机市场的份额**13%**，贡献的全球移动数据流量比例为**78%**
到2015年，兼容HTML5的移动设备数**21亿**。

国内：移动互联网相关情况介绍

2011年1—11月数据

用户

- 移动用户接近10亿*
- 3G用户1.19亿
- 手机上网用户4亿*

收入

- 电信业务9012亿元，增长9.6%；
- 移动通信收入占比上升到72.34%
- 非话音业务4185亿元，增长16.5%
- 移动数据及互联网业务768亿元，增长54.1%

企业

- 85%的受访中小企业（不含个体工商）通过互联网办公
- 电子邮件应用普及率达到了64.5%

2010~2011年市场规模对比



注：中国移动互联网市场规模包括移动增值、手机电子商务、手机广告、手机搜索、手机游戏等细分领域市场规模总和。

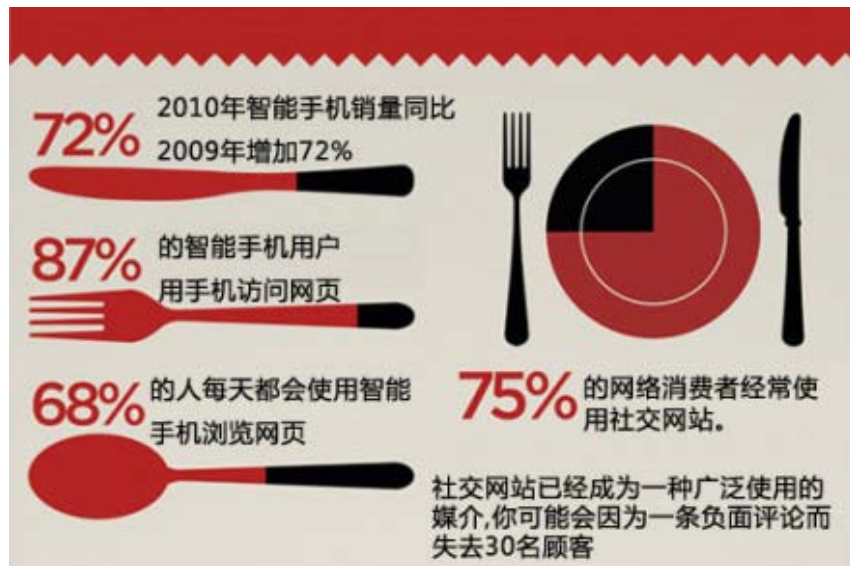
Source: 根据企业公开财报、行业访谈及艾瑞统计预测模型估算，仅供参考。

2011年移动互联网盘点

- 移动互联网投融资热度持续
 - 首次获得投资的初创型企业居多
 - 手机应用软件及服务、无线营销、移动搜索
- 移动互联网应用条件加速改善
 - 移动用户超过10亿，3G用户1.2亿
 - 智能终端不断普及
- 移动互联网入口竞争激烈，互联网企业加快移动业务渗透
 - 阿里巴巴推出云手机，腾讯推出定制机，小米手机发布
 - 百度推出“易平台”
- 移动互联网创新应用层出不穷
 - Talkbox上线，移动IM产品（微信，米聊），腾讯已开发实时双工移动IM
 - “今夜酒店特价”上线，LBS与last minute相结合
 - 移动互联网与传统技术完美结合：AR技术，QR码
- 移动互联网云端时代到来

趋势：餐饮行业与移动、SNS的结合

Mobile user & SNS user & client



Digital coupon

二维码(QR码)是一种可以用来和顾客建立联系的可靠的方法,并能为顾客的每次访问带来附加值。以下是一些在餐馆使用二维码的建议:

1. 安装你的品牌应用
2. 直接让评论用户访问你的网站
3. 提供打折优惠信息
4. 轻松搞定外卖盒联系信息
5. 客户可查看品牌详细信息

资料来源

tag.microsoft.com
mobilecommercedaily.com
blog.buysellads.com
mashable.com
pewinternet.org
708media.com
gopopcom.ca
socialnomics.net
physorg.com
adam-mcfarland.net
gartner.com
socialcommercetoday.com
schott.blogs.nytimes.com

14million 2011年6月,美国有1400万(占有所有手机用户的6.2%)手机用户用手机扫描过二维码

The infographic includes a QR code in the top left corner. The text is presented in a clean, sans-serif font. The list of suggestions is contained within five red rounded rectangular boxes. The source list is located in a red box on the right side. The statistic '14million' is prominently displayed in a large, bold, red font.

QR, NFC, ... anything else?

优惠券行业情况

电子优惠券市场发展喜人

- 市场规模

- 2011年的市场价值为56亿美元，2015年将达到460亿美元
- 国内二维码电子优惠券市场，07年用户规模已达到1012万，普及率2%，服务提供商收入规模为2亿，市场规模一直层上升趋势。2012年中国的二维码市场规模将达到5.9亿元。

- 用户规模

- 在美国，电子优惠券使用比例占主流消费者人群的70%
- 在中国，即便是在互联网最为发达的北京、上海、广州三地，不到10%

市场发展逐渐成熟

- 圈地运动兴起

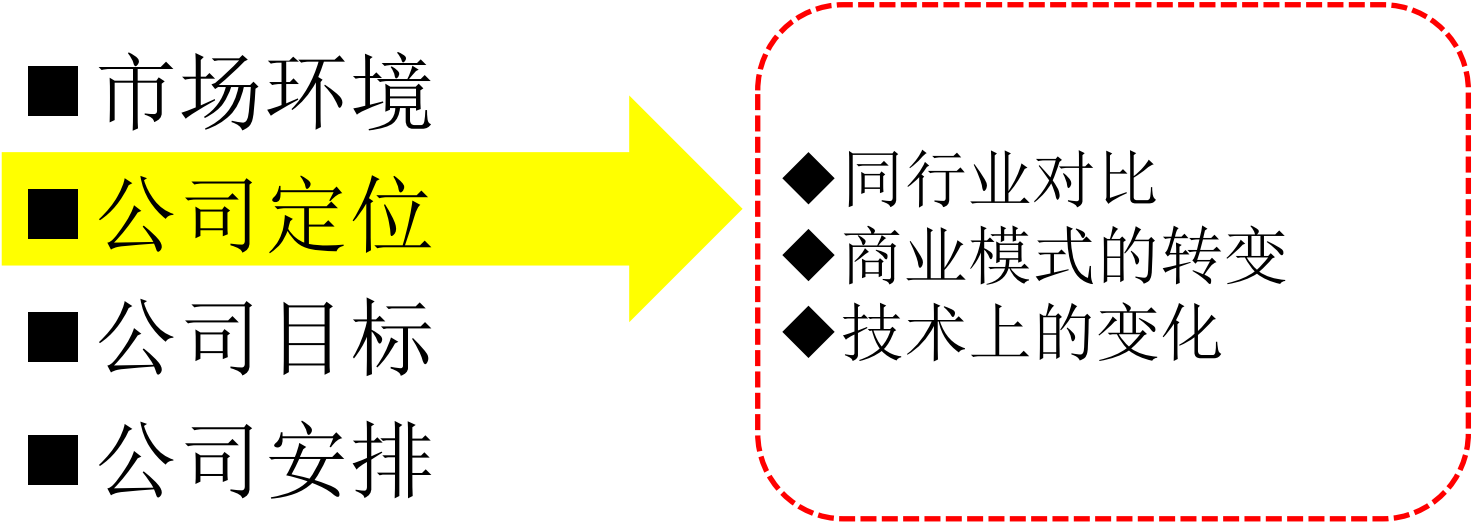
- 电子优惠券服务商加紧在各大城市布局市场

- 商业模式的进步

- 以精准营销思想为指导的营销解决方案提供商
- 商业模式的逐步清晰

提纲

- 市场环境
- 公司定位
- 公司目标
- 公司安排

- 
- ◆ 同行业对比
 - ◆ 商业模式的转变
 - ◆ 技术上的变化

我们是在数据的海洋里抓取信息，给需要的人，体现我们的价值

团购

服务团购

- 线下

实物团购

- 物流

同行业对比

dianping

- 点评以商户信息搜索为主
- 逐渐拓展到团购、优惠
- 点评网会员卡，形成商户联盟

爱折客

- 以商家发布优惠折扣信息为主
- 提供加油站、名牌打折优惠专业信息
- 已与银联合作，提供优惠信息
- 打算通过推广服务获得收入

Velocity

- 以优惠信息发布为主
- 直接与商户签约发布优惠信息
- 通过打印优惠券实现O2O
- 通过使用的优惠券与商家结算

丁丁优惠

- 扫描二维码，获得优惠券
- 以地图为基础的生活信息搜索服务网
- 已有7200个客户进入丁丁网付费

特色功能

-  **附近优惠**
自动搜索附近优惠券，选好优惠券后无需下载，展示给服务员看就可以。
-  **全城折扣**
网罗全城吃喝玩乐优惠、折扣信息，随时随地都可直接使用。
-  **二维码**
手机拍下商户二维码即可享受优惠，不用查找，省时又省力。
-  **分享惊喜**
位置一次手指点击同步到微信、腾讯微博，与好友分享优惠。
-  **离线使用**
将心仪优惠券收藏进“口袋”，离线状态也能使用，节省流量。
-  **即时更新**
24小时时时更新优惠信息+定位服务，信息更及时，让你走到哪看到哪。

我们的特点

抓取—信息随时更新

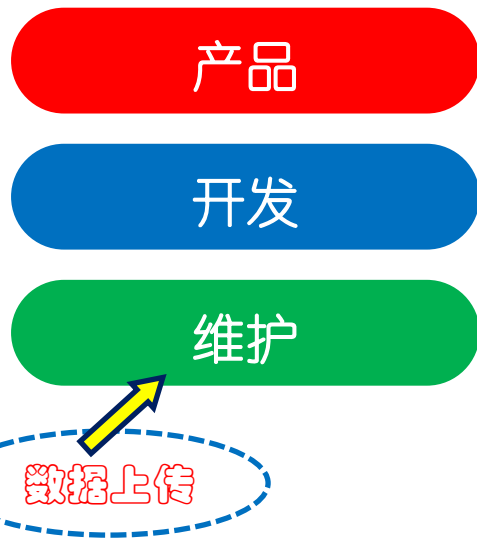
- 丰富的地点信息；
- 及时的优惠更新；
- 下一步：LBS + realtime

匹配—掌握用户需求

- 掌握和分析用户的位置；
- 分析用户的访问习惯；
- 分析用户的消费习惯；

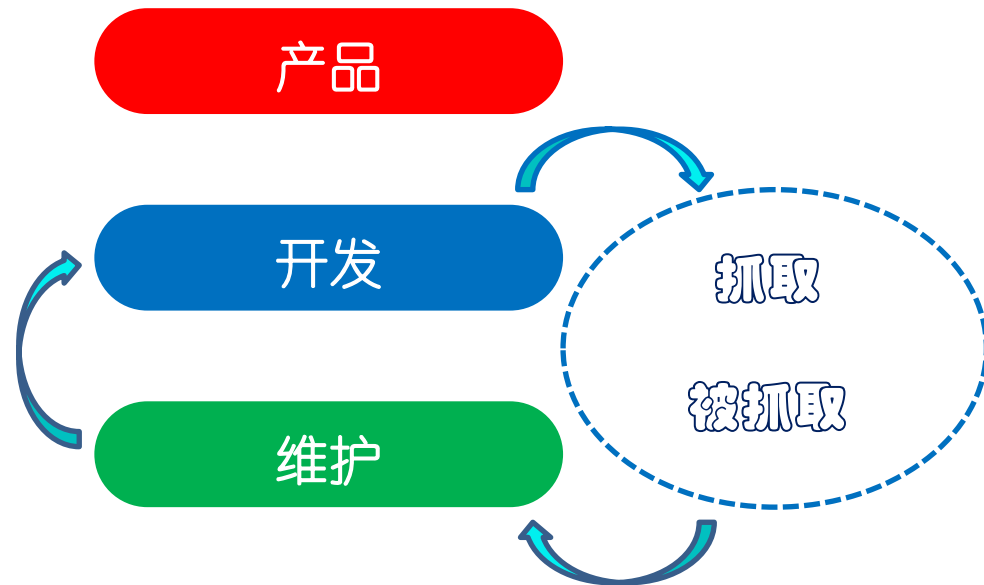
模式的转变 Why?

原有合作模式



- 数据来源：合作
Offline2Online
- 业务模式：B2C

现有拓展模式



- 数据来源：抓取—合作
Online2Offline 2 Online
- 业务模式：B2B2C

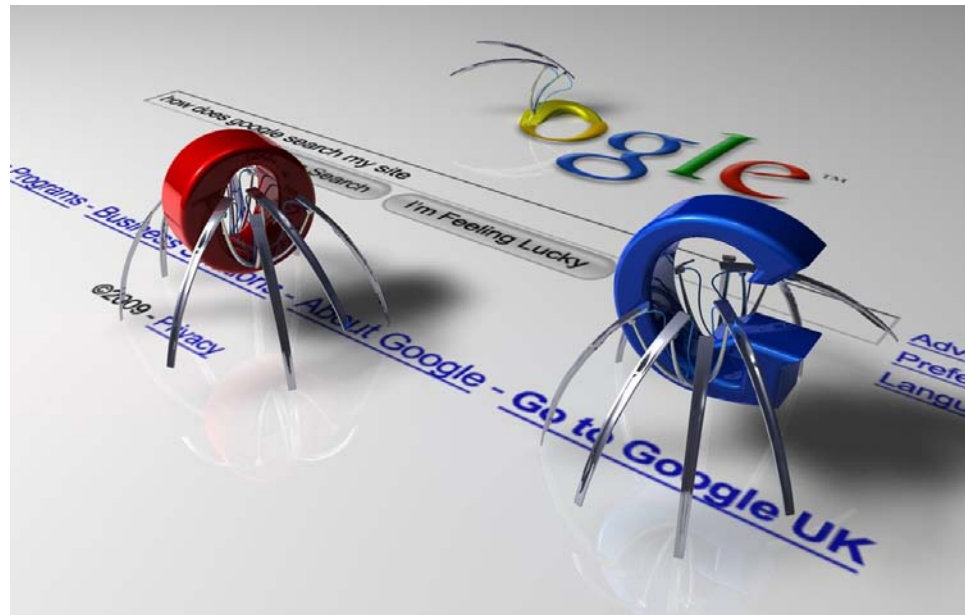
How ... ?

How to get data?

Web crawling

How to use the data?

Data analysis



What

What data do we need?

- Site (name, location, ...)
- Coupon (...)
- Promotion (expire date)
- ...

What data should we output?

- tag: category,
- associate and recommend;
- Analyze user's history;
- Analyze site's visit history;
- ...

Web Crawler

- 对抓取目标的描述或定义
- 对网页或数据的分析与过滤
- 对URL的搜索策略

- 选择策略

决定所要下载的页面；

- 重新访问策略

决定什么时候检查页面的更新变化；

- 平衡礼貌策略

怎样避免站点超载；

- 并行策略

怎么协同达到分布式抓取的效果；

控制器，解析器，资源库

扬，弃

技术

- 短信接口
- 短链接
- 地图
- 第三方登录
- 优惠券打印
- 推荐
- 二级域名
- **SEO**
- **数据抓取**
- **签到**
- **SNS**
-

商务模式

提纲

- 市场环境
- 公司定位
- 公司目标
- 公司安排

业务目标：

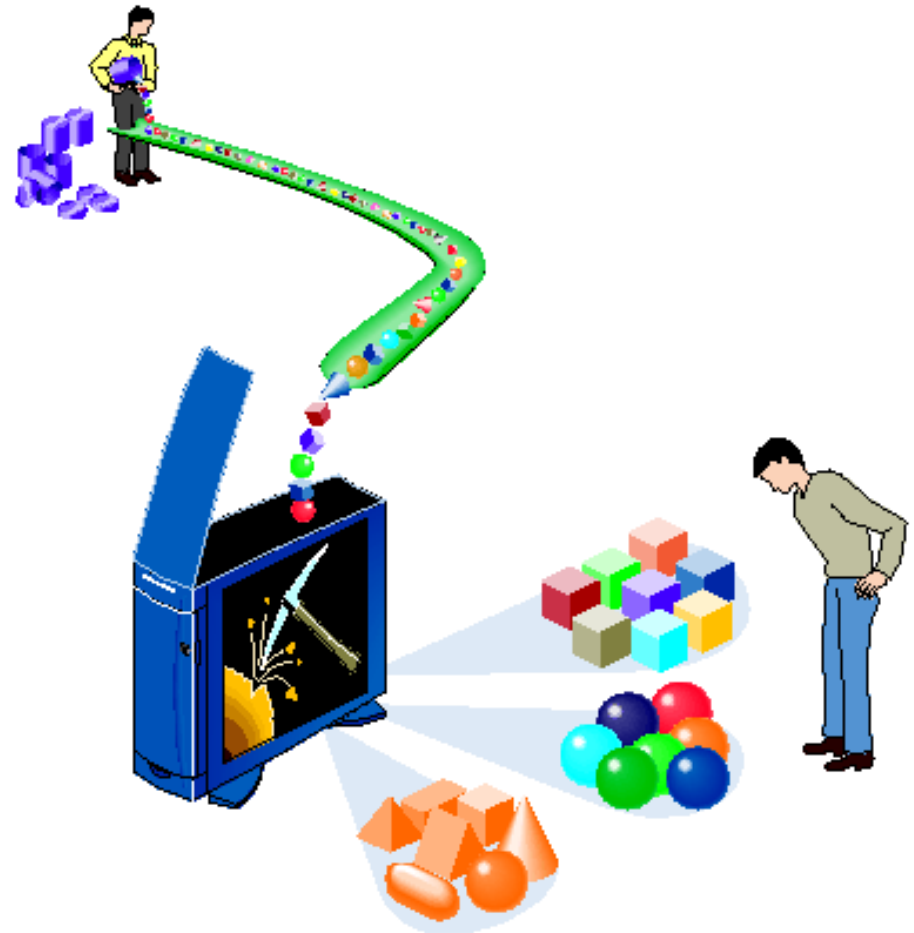
- ◆ 数据挖掘
- ◆ 用户分析
- ◆ 搜索匹配

技术目标：

- ◆ 客户端/WAP
- ◆ 服务器
- ◆ 运营维护
- ◆ 安全性

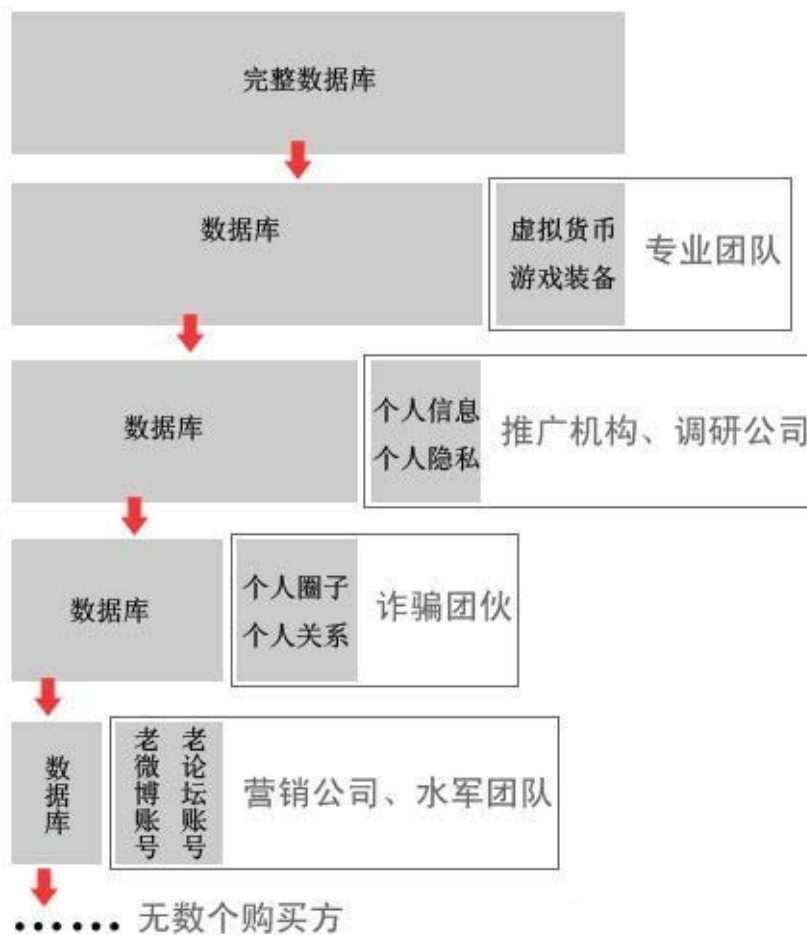
业务目标-数据挖掘 Data mining

- 基本分析方法
 - 频数比较
 - 交叉分析
 - 相关分析
- 高级统计分析方法
 - 回归分析方法
 - 因子分析/对应分析方法
 - 聚类分析/判别分析方法



数据使用案例

- 近期若干网站用户数据泄密。用户数据如何使用？



业务目标-用户分析

- 客户消费需求分析
- 客户行为数据分析
- 客户投诉行为分析
- 关联数据分析方法

业务目标-数据匹配

- 数据积累
 - 客户端：用户位置习惯、搜索习惯、消费习惯
 - 服务器：搜索大量消费内容
- 标签
 - 用户行为标签
 - 消费内容标签
- 匹配
 - 标签匹配

技术目标

客户端/WAP

直接面向移动用户的界面

- 风格统一
- Android, iOS: LBS
 - Location
 - Search
 - Check in
- WAP, HTML5

服务器

应用支撑，数据提供

- SNS
- 第三方登录

性能优化

- 可承受实用的高访问量（高性能服务器架设）
- 云计算
 - 基于云计算架构的应用技术

技术目标

数据

数据获取

- 数据的海量性;
- 数据的及时性;

数据整理

- 数据准确性
- 数据可用性

数据分析

- 历史数据的积累与统计
- 不同维度数据分析

安全

服务器的安全

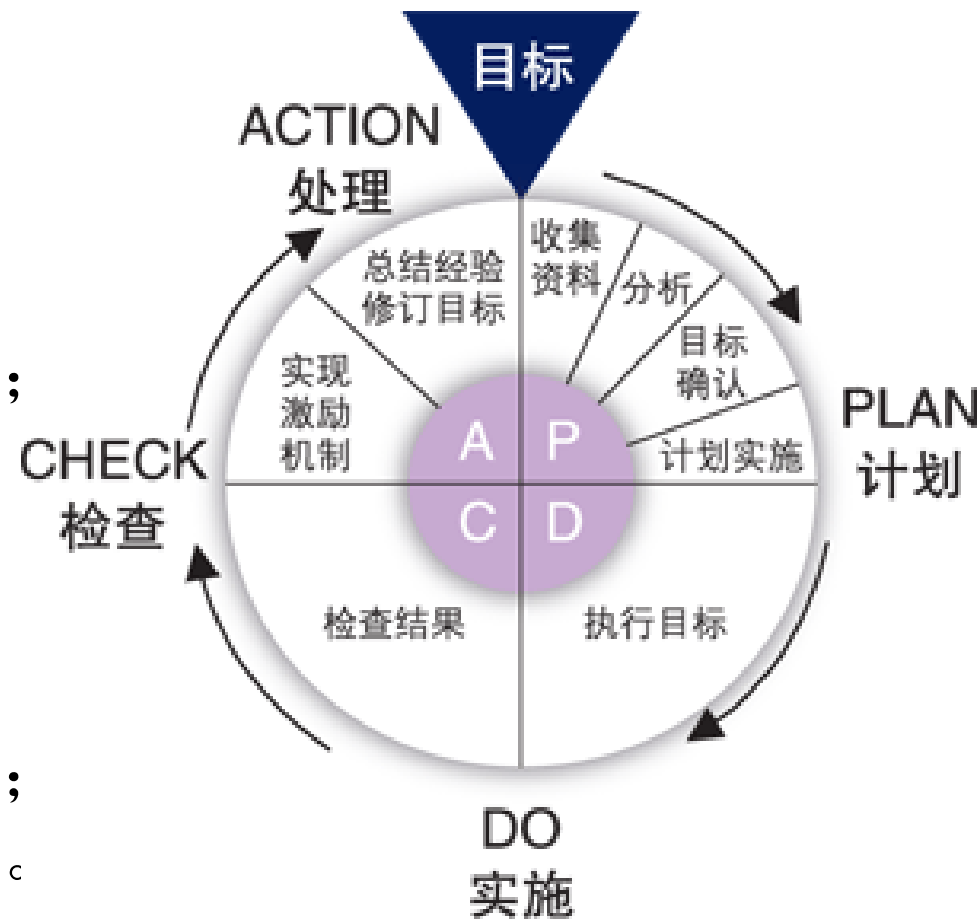
- Web防攻击;
- DB防攻击;
- 数据冗余备份;

用户数据的安全

- 用户密码
- 用户历史数据

目标的重要性：以终为始

1. 产生积极的心态；
2. 看清使命，产生动力；
3. 有生存的意义和价值；
4. 以结果为导向；
5. 分清轻重缓急把握重点；
6. 集中精力，把握现在；
7. 能提高激情，有助于评估进展；
8. 自我完善，永不停步；
9. 产生信心、勇气、胆量；
10. 使你成为一个成功的人。



你的目标是什么？

提纲

- 市场环境
- 公司定位
- 公司目标
- 战略与计划

- ◆ 长期规划（3年）
- ◆ 开发进度
- ◆ 运营进度
- ◆ 人力资源
- ◆ 激励计划

规划

- 完成新版本的开发，投入试用（2012Q1）
- 以北京为基地：
 - 获取15万地点标识，精确信息，活动；（2012Q2）
 - 用户数量达到10万，日PV达到2万；（2012Q3）
 - TOP 10 商户月PV超过1万，可开展流量经营（Q4）
- 针对会员提供手机订位、点餐服务（2013）
- 针对商户提供CRM服务和分析服务（2013）
- LBS + realtime 提供基于上座率精确促销（2013）
- 业务地点拓展至全国前10大城市（2014）

开发进度

- 基础功能开发（前端功能） 2012Q1
 - 客户端
 - WAP
 - web
- 数据获取与精确处理（后端功能） 2012Q2
 - 爬虫
 - 数据挖掘
- 开发第三方社区（如sina微博）上的应用 2012Q3
- 商户服务功能 2012Q4
 - Web
 - WAP

运营进度

- 客户端开发+数据处理完毕，通过可用性测试 2012Q1
- 数据抓取优化 2012Q2
 - 丰富并梳理抓取结果达到15万点
 - 在抓取商家基础上，抓取优惠信息
- 客户端发布至各大APP Store 下载 2012Q2
- SEO 2012Q2
- 持续优化并加强垂直营销，形成一定影响2012Q3
 - 客户端用户数10万，活跃用户达到2万（LBS+搜索功能）
 - WAP访问活跃用户1万（搜索功能）
 - 注册用户数3万，其中第三方用户2万（可使用我的卡包功能）
- 可向商户提供收费服务 2012Q4

人力资源计划

队伍

新增

- 开发：3~4人
- 美编：1~2人
- 行政：1人

发展

- 增加小组：
 - 手机、开发、运营维护
- 职业空间：
 - 开发、管理

统筹

- 交叉工作：
 - 测试与开发
 - 数据抓取与校验
- 分组：带队
- A/B角
- 学习与培训
- 交流

激励计划

基本收入

- 工资
- 绩效

预期

- Option