

SoLoMo,美国手机与互联网趋势研究

Hans, Stella, Sandy, Caleb
Emma, Caroline

目标: 探索美国移动互联网领域的发展趋势，
头脑风暴在国内落地的可能性与变化

调研方法:

1. 通过多种方法收集+筛选已获得知名美国VC投资的相关公司和这些公司的主要竞争对手
2. 研究美国创业公司为用户提供的服务，及用户需求的增长点
3. 将相关公司想解决的用户需求再归类，并做更多的分析
4. 研究资料包括公司网站，个人/朋友对每公司产品的体验，和相关博客，杂志等的报道

在移动互联网时代，用户目前更想要什么？

1. 手机:

- 1.1 通过娱乐性的应用消磨时间 (游戏, 视频, 阅读等)
- 1.2 在各种场合及时查找信息
- 1.3 及时获得好友动态更新

2. 手机 + 电脑: 跨平台，朋友间更多沟通；同事及商业伙伴间增加协作

3. 手机 + 电脑: 体验经济，通过打折促进用户尝试更多的产品与服务

4. 电脑: 收集用户喜好及需求，提供更有效的内容推荐或资源分享

- 4.1 获得高质量的用户使用体验或专家意见，
- 4.2 用户间的供需匹配 (如，闲置，威客，资源交换等)

5. iPad：提供更丰富，多媒体的UE

6. 移动互联网广告及推广

7. Facebook 的近况

从建立社交图谱到多元化的兴趣图谱？

重要趋势：从建立社交图谱到多元化的兴趣图谱？

社交图谱



facebook

随便加的好友,
前同事,
同学,
朋友的朋友.
Party上遇到的新朋友



兴趣图谱



twitter

和我有相同兴趣的人可以关注，
反之亦然



foursquare

我愿用花时间一起玩的朋友



LinkedIn

一起工作的人, 公司合作伙伴,
在商业会议认识的人



facebook
Group

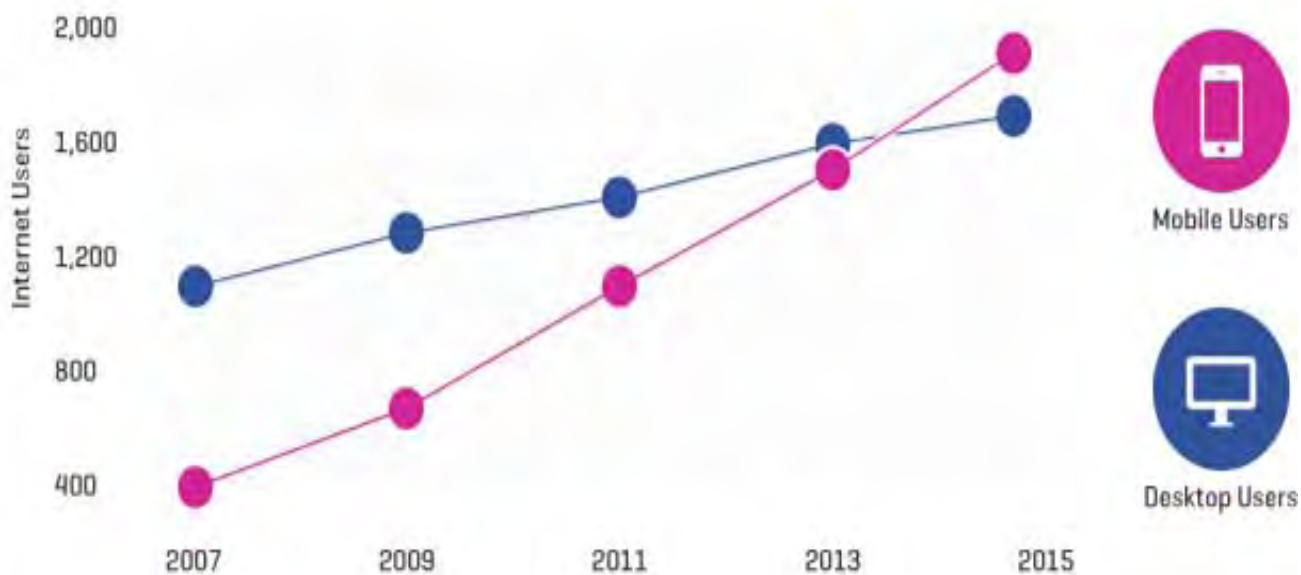
适用于低于50人的组织

1. 手机— 消磨时间, 随时查找信息, 关注实时好友动态



移动终端的增长

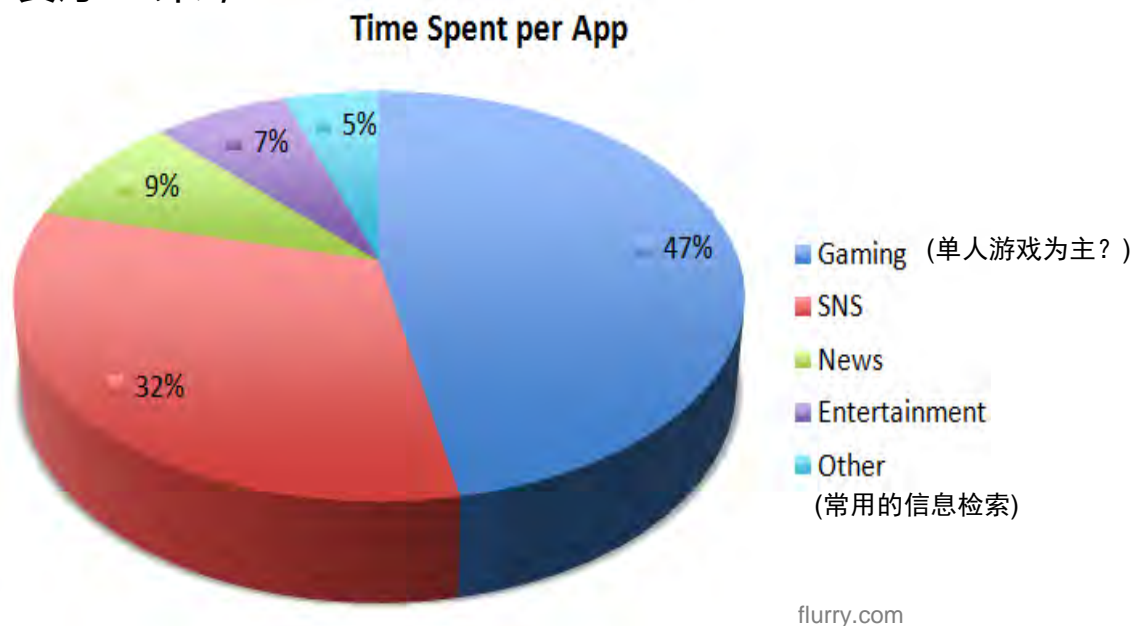
美国移动网络应用增长迅速。
预计到 2014, 移动网络的应用会超过电脑



punkyduck.com

47%手机应用时间是花在游戏上

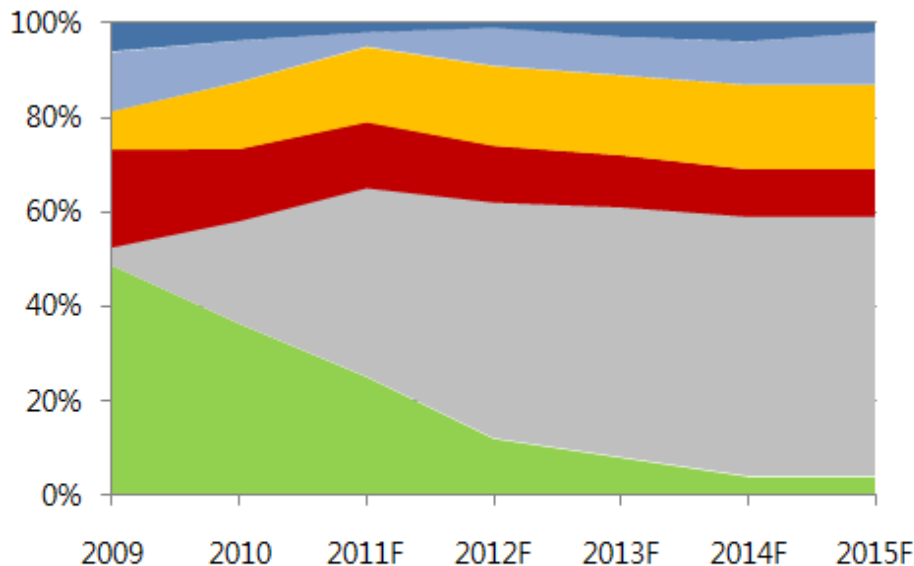
跟FACEBOOK的游戏比起来，手机上的游戏比较倾向于单人游戏，相对不需要有社交的功能（等公交车，餐厅上菜，睡前可以自己打发时间）



美国市场：

Android (#1) and Apple' s iOS (#2)已远超过其他手机系统

操作系统市场趋势



- Symbian
- Android
- BlackBerry OS
- iOS
- Windows
- Other OS

Gartner Report

Android 增长 6%, Apple 0.5%, RIM - 4.5%

	Share (%) of Smartphone Subscribers		
	Dec-10	Mar-11	Point Change
Total Smartphone Subscribers	100.0%	100.0%	N/A
Google	28.7%	34.7%	6.0
RIM	31.6%	27.1%	-4.5
Apple	25.0%	25.5%	0.5
Microsoft	8.4%	7.5%	-0.9
Palm	3.7%	2.8%	-0.9

comScore

六月Top iPhone应用 (游戏占80%)

免费

Rank	Title	Category
1	Line Birds	游戏
2	Cracked Screen Prank	娱乐
3	Lock Screen	工具
4	Cars 2	游戏
5	Escape 3D	照片
6	Shark Fingers	游戏
7	Hanging w/friends	游戏
8	Age of Wind	游戏
9	Racing Penguin	游戏
10	Tiny Tower	游戏
11	Angry Birds	游戏
12	Facebook	社交网
13	Super World	游戏
14	Pandora	音乐
15	Age my face	游戏
16	Slide it	游戏
17	Skype	工具
18	Talking Carl	娱乐
19	Top Girl	游戏
20	Words w/Friends	游戏

收费

Rank	Title	Category
1	Street Fighter	游戏
2	Cars 2	游戏
3	Angry Birds	游戏
4	Angry Birds Season	游戏
5	Fruit Ninja	游戏
6	Tiny Wings	游戏
7	Flick Golf	游戏
8	Words w/Friends	游戏
9	Cut the Rope	游戏
10	Angry Birds Rio	游戏
11	Hanging w/Friends	游戏
12	The game of life	游戏
13	Transformers	游戏
14	Whatsapp	短信
15	Doodle Jump	游戏
16	Tower Defense	游戏
17	Monopoly	游戏
18	Sea Battles	游戏
19	Plants vs Zombies	游戏
20	NBA Jam	游戏

六月Top iPad应用 (游戏占70%)

免费

Rank	Title	Category
1	Bamboo Paper	写字工具
2	Mr. Giggle HD	游戏
3	Tiny Tower	游戏
4	iBooks	书下载
5	Angry Birds HD	游戏
6	Rows 3D	游戏
7	VegasTowers HD	游戏
8	Calculator	计算器
9	MyPad for FB	社交网
10	Netflix	影片
11	Shark Fingers	游戏
12	HBO Go	影片
13	Talking Tom Cat	游戏
14	Angry Birds	游戏
15	Fruit Ninja	游戏
16	Weather Channel	气候
17	iTune Festival	娱乐
18	The Line	游戏
19	Racing Penguin	游戏
20	CarZen	车子研究

收费

Rank	Title	Category
1	Monopoly	游戏
2	Asphalt 6: HD	游戏
3	Video Time Machine	影片
4	N.O.V.A.2	游戏
5	Battleship	游戏
6	Dungeon Hunter HD	游戏
7	NBA Jam	游戏
8	Angry Birds 2 HD	游戏
9	StarFront HD	游戏
10	Transformer HD	折扣
11	Pages	文件处理
12	Scrabble HD	游戏
13	Need for Speed HD	游戏
14	Angry Birds HD	游戏
15	FIFA 11	游戏
16	Dead Space HD	游戏
17	Sonic & Sega	游戏
18	Battlefield	游戏
19	Angry Birds Rio HD	游戏
20	Fruit Ninja HD	游戏

六月Top iPod应用 (非官方区道)

Rank	Title	Category	Rating	LastMonthDownload	Total Download
1	Zynga Poker	游戏	4.18/5	2,810,000	8,430,000
2	Facebook	社交网	3.88/5	2,640,000	53,600,000
3	MetalStorm: Online™	游戏	4.54/5	2,500,000	2,500,000
4	Zombie Farm	游戏	3.97/5	2,360,000	23,800,000
5	Instagram	照片	4.47/5	2,080,000	7,080,000
6	Words with Friends	游戏	3.80/5	2,060,000	14,400,000
7	Tap Zoo	游戏	3.83/5	1,880,000	17,000,000
8	Bakery Story™	游戏	3.80/5	1,760,000	4,730,000
9	Smurfs' Village	游戏	4.40/5	1,720,000	10,700,000
10	Groupon	折扣	4.04/5	1,710,000	5,940,000
11	Contract Killer	游戏	4.30/5	1,700,000	8,210,000
12	Restaurant Story™	游戏	3.50/5	1,600,000	6,130,000
13	Fashion Story™	游戏	3.97/5	1,500,000	2,750,000
14	High Noon	游戏	4.03/5	1,420,000	3,980,000
15	Tap Pet Hotel	游戏	3.84/5	1,330,000	2,530,000
16	Solitaire	游戏	3.63/5	1,270,000	7,680,000
17	Fruit Ninja Lite	游戏	4.15/5	1,250,000	5,980,000
18	Bible	书	4.13/5	1,230,000	8,010,000
19	Talking Ben the Dog	游戏	3.85/5	1,180,000	1,490,000
20	Virtual Lighter	娱乐	3.56/5	1,180,000	1,340,000

Private Source

跟计算机用户比

手机用户要求比较高 比较急，相对的也比较没耐心

我想要:

用手机应用解决一个场景下的问题 or 很快,精准的找到我要的数据



手机用户

我想要:

深入研究问题 or 花时间念篇文章

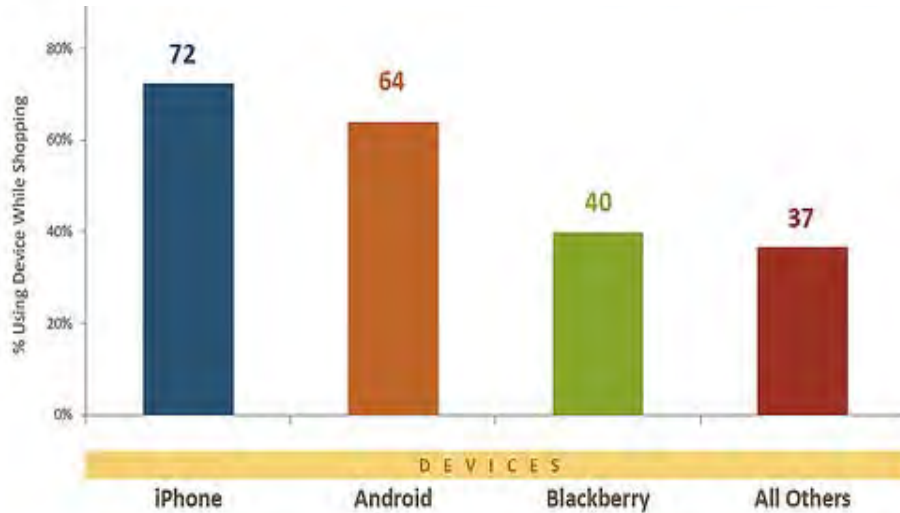


计算机用户

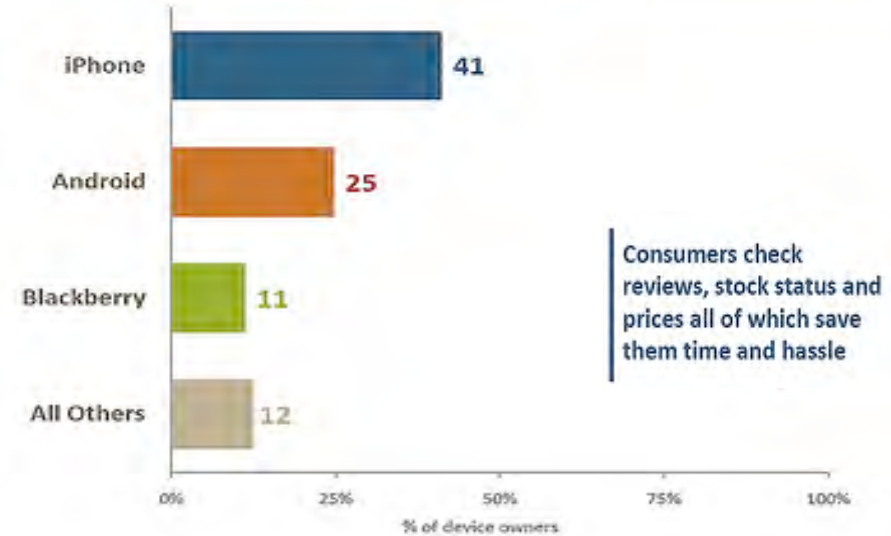
帮助用户迅速做出决定,简单美观的设计能赢得消费者的心

2/3 在店里购物时使用手机进行比价, 25-40% 利用手机团购及在线购物 (价格比线下商家低)

超过70%的iphone用户，会利用iphone帮助其购物



通过手机购物的比率



用户需要更多有效充分的信息，帮助其消费决策，并与其他人可以通过移动终端保持联系

我要:

• Eat



• Shop



• Travel



Hotel Tonight

• Search



Do@

Foursquare, Shopkick, DailyBooth, LikeALittle

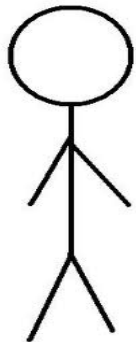
• Play, Socialize



• Play Games

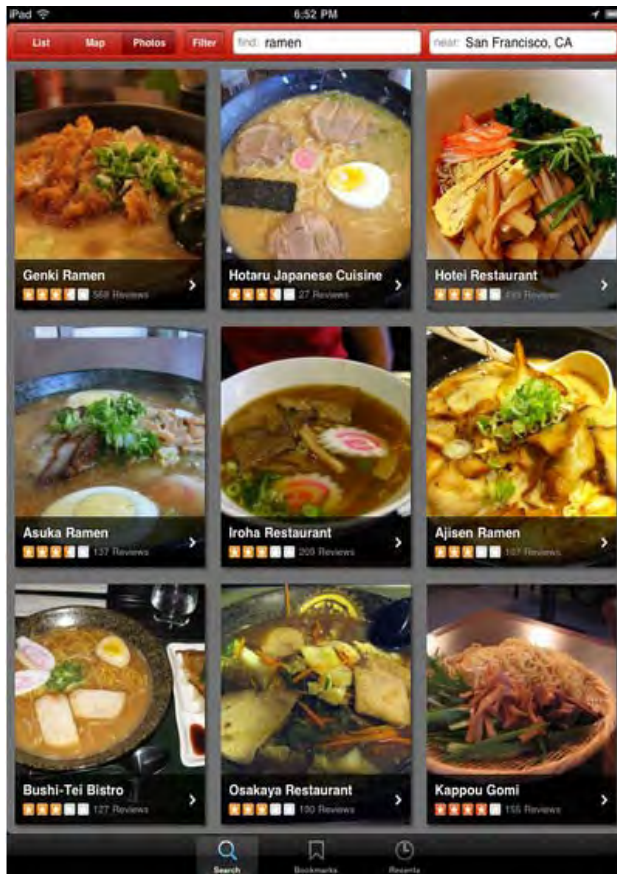


Angry Birds, Zynga Poker, Cars 2

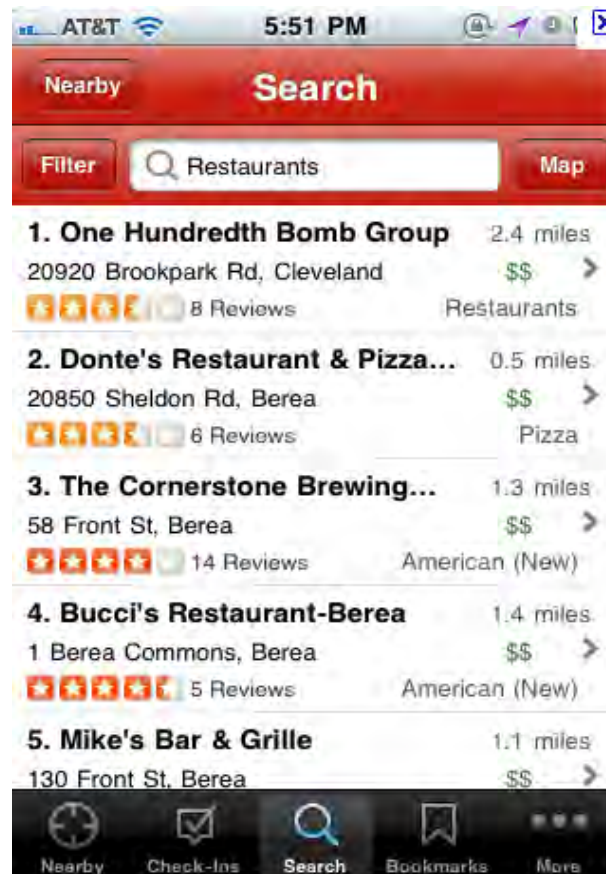


Eating: 折扣, 积分, 查询地点

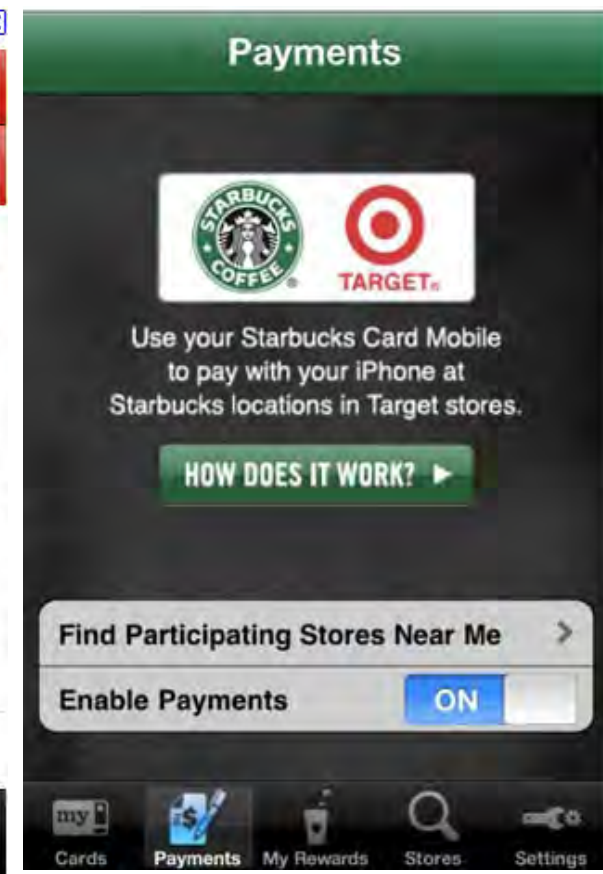
查看图片与评分.帮助客户选择食品



依照距离,评比,价格等浏览
尚可针对附近搜寻特定主题
(例如搜寻附近营业的
burrito 餐厅)



在咖啡店中使用手机支付,
并赢取积分

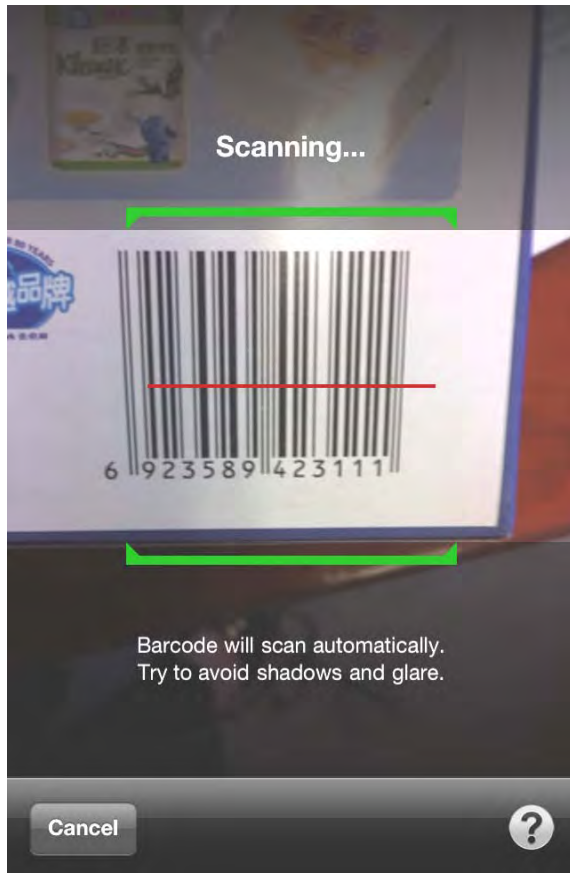


Shopping: 比价, 移动购物

条码扫描时比价更方便, 并促进线上购物

简约的界面. 绑定信用卡后更可一键支付

即时获得折扣信息



Travel: 实时酒店搜索与预订

Hotel app 给你更多选择

可以让用户快速预订酒店，
并查询地址

用手机确认预订，无需打印

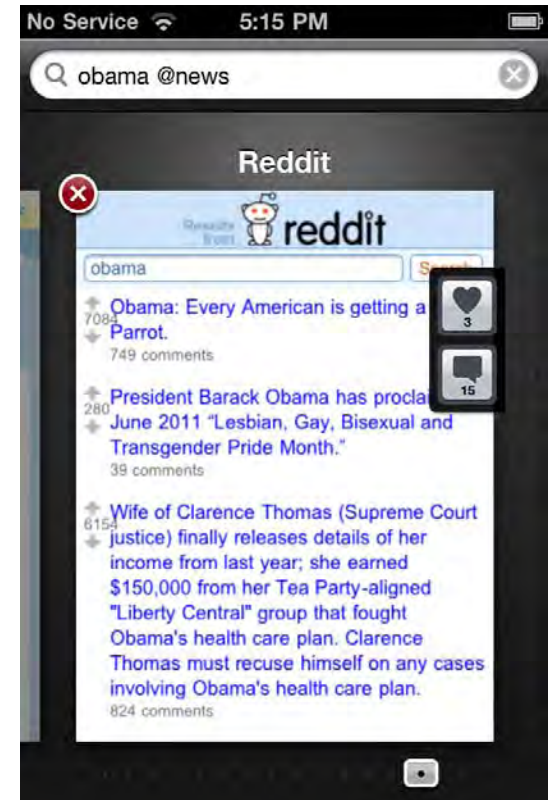
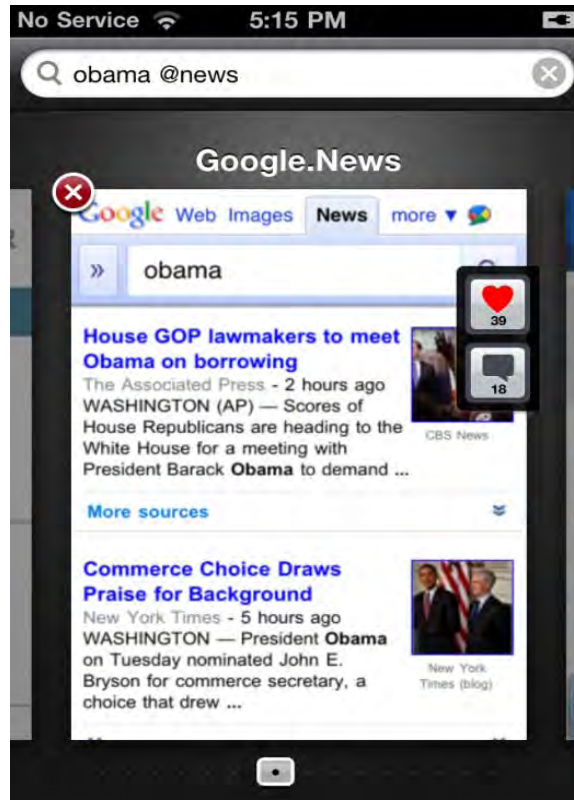


Search: 更简单的搜索体验

只需一个应用就可找到其他应用中的内容. 快速简单

界面友好, 内容丰富, 方便阅读

可以从其他应用中搜索内容



Play and Socialize (1): 通过游戏方式促销

个性化的购物推荐。
逛店就赠送回馈点点数,扫描产品也赠送回馈点数,点数可以兑换奖品

综览朋友在哪与哪些朋友在附近,用户可以通过Check-In来获得点数

通过增加与现实结合的元素来提升游戏的用户体验



Play and Socialize (2): 手机社交网络

游戏社交网络: 签到看过的游戏, 小贴士及评论, 构建有游戏性质的社区



娱乐性社交网络: 签到看过的电影, 与朋友或其他用户讨论电影



Play and Socialize (3): 与好友保持联系并可即时聊天

通过手机与好友或陌生人联系

随时随地查看Twitter 更新

定位功能让用户可以与身边的人聊天



目前主要3大类LBS应用:

Foursquare, FB Places, and Shopkick

根据2010/10 Biz Insider 调查机构: “Foursquare 超过 Facebook签到5倍.” (只针对纽约的几个地点进行统计)

Foursquare有巨大的国际潜力, 正在制定国际扩张计划 (设立国际分公司等)

与 Foursquare相比, Shopkick 更多是一个打折平台, 没有游戏属性. 用户少于Foursquare, 商家设立页面更难于Foursquare.

			
用户数	10M 用户, 40万个地点 共有600M 签到	超过500M 活动用户	1M users (Feb) 1.4 M users (May)
细节	商家可以容易创建交易, 用户可以很容易的找到 用户签到的历史会被保留. 需要与商家联系起来抵制FB的竞争	隐私 导致可用的地点更少 缺乏激励机制 只有签到, 没有游戏元素。没有战略重点? (一旦推广该功能, 可能抢走Foursquare用户?)	可以帮助商家精确查看有多少顾客访问商店 精确的交易信息 容易与商家建立关系 商家在上面展示费用较高 商业模式是CPM

Foursquare 胜出由于:

- 1) 用户基数 – 用户使用由于他们的朋友在用
- 2) 更多的 PR – Facebook签到上线促进了Foursquare的覆盖
- 3) 简单 – 使用方便

				
Founded, \$	March 09' , \$71.4M	August 07' , \$10.4M	August 08' , \$29.5M	January 05' , \$17M
用户数	10M 用户, 40万个地点共有600M 签到	1M用户, 25-35岁 and 更多女性用户	游戏用户4M, 其他20M	5M 注册用户, 1M 活跃用户
细节	<p>商家可以容易创建交易, 用户可以很容易的找到</p> <p>签到数据向商家开放, 商家可以查询如签到次数, 分享到SNS次数</p>	<p>最容易“分享”到其他应用(如FB, Foursquare)的签到</p> <p>美观, 界面设计感强. 必须先签到才能看到优惠.</p> <p>很好的数码旅游杂志</p>	<p>在游戏+签到模式上垄断</p> <p>更多娱乐性, 而不是社交应用性</p> <p>用户通过签到在游戏中升级, 无需分享</p> <p>Like Zynga, 收入很好</p>	<p>仅限于美国与竞争对手</p> <p>Groupon合作, 提供附近商店的限时折扣</p> <p>用户可以通过移动应用实时针对地点提问</p> <p>缺乏竞争优势与创新</p>

基于“垂直兴趣”的“签到”应用

			DailyBooth	LikeALittle
Founded, \$	2007, \$12M	2009, \$3.67M	3/09, \$7.02M	10/10, \$6M
User Base	1 million+的用户 50 媒体合作伙伴	4.6 million 用户. 与15 家社交游戏开发商合作	13 million 图片分享	支持450 大学
Details	<p>针对娱乐内容的“签到”，美国的豆瓣（电视，电影，音乐书，体育运动）.</p> <p>用户可以从网站的50个媒体合作伙伴处获得打折，抽奖等奖励，另外用户还可以收到免费贴纸</p>	<p>签到，发现游戏，并可加入手机游戏社区</p> <p>用户可以给喜欢的游戏写贴士，并赢得奖章.</p> <p>SDK工具可以帮助开发者病毒式营销其游戏</p>	<p>Twitter类网站，主要用户为青少年</p> <p>用户拍照后可以自动的发链接到 Twitter.</p>	<p>基于校园的网站</p> <p>用户可以匿名勾搭周围的其他用户</p>

2.通过跨平台的方式，朋友间更多沟通；同事商业伙伴间增加协作

由于网上充斥了太多的各种关系，
用户开始考虑只与较私密的朋友互动

有些东西我只想分享给

少数的亲戚朋友和最相关的人

- Photo



Path

- Text/Voice



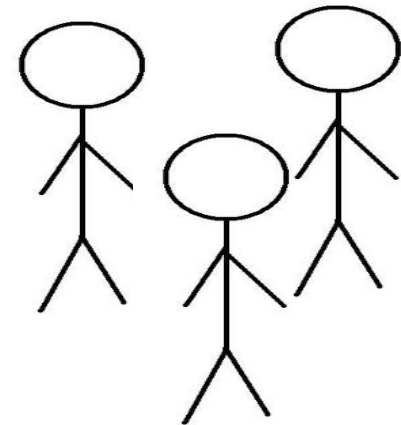
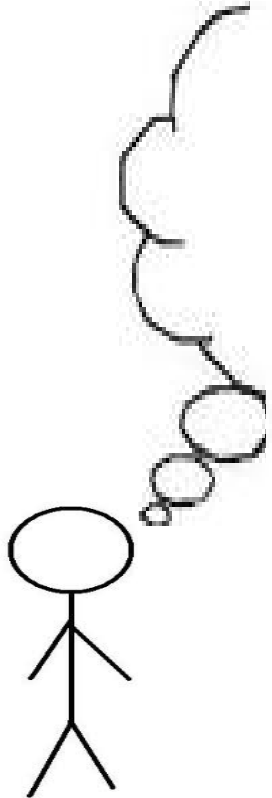
Secret Social

Groupme

- Socialize



Google+



我想同步和分享：

- Document



Dropbox, Evernote

- Photo

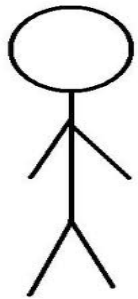


Instagram, Trover

- Text/Voice

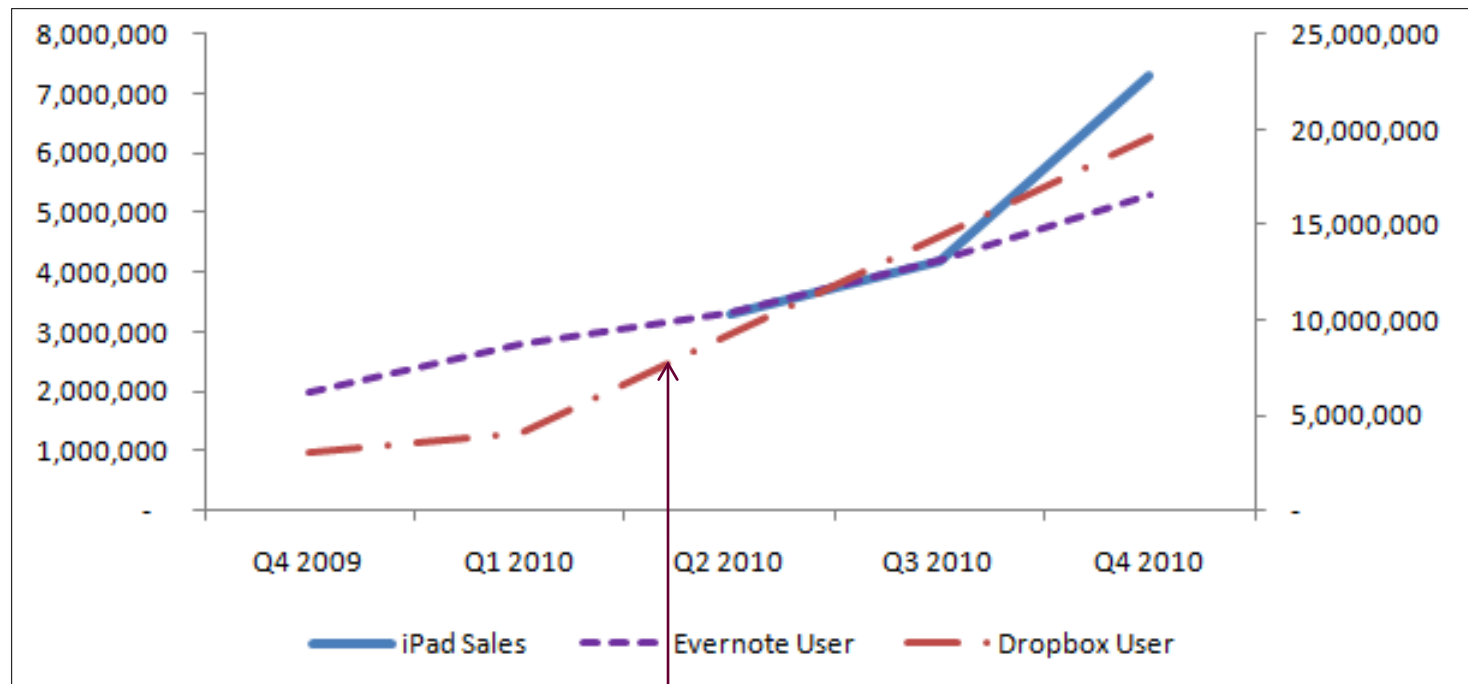


Whatsapp



iPad 加速了Dropbox' s 与 Evernote' s 的增长

iPad 于2010年4月上市. 一年内Dropbox' s的用户增长 500% , Evernote' s 用户增长 200%. 文档对于iPad 就相当于音乐对于 iPod



iPad launched in April 2010

Infosyncworld.com
Techcrunch

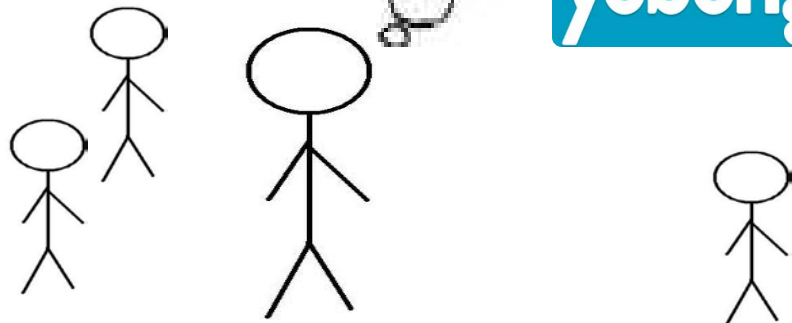
与周围人交流的新方法??

虽然平时用不到, 在特殊场合或日子时, 我会想和周边的人

- 分享照片



- 聊天



什么特殊场合或日子呢?

- 生日派对
- 听演唱会
- 旅游观光景点
- 在和有共同兴趣或问题的人集会时

问题是:

在这种特殊场合能在周围遇到同时用这些手机应用的人机率实在太小了. 很多人试玩一下, 发现遇不到别人后就直接把应用删除了 (很难达到临界质量 critical mass)

iPad与2010年4月上市. 一年内, Dropbox用户上升500% and Evernote 上升200%.
文档对于iPad 就像音乐对于 iPod.

用户因为不同的原因喜欢这两款软件 (Dropbox and Evernote) 并乐于付款.
Dropbox 是一个典型的网络式爆炸式增长 (更多的人使用, 就有更多人注册).
在移动终端上, 分享与浏览文档已经变得很容易.
Dropbox是一个链接电脑与移动终端的门户.

		
Founded, \$	6/07, \$7.2M	2007, \$45.5M
细节	专注文件. 跨平台的保存, 访问, 分享, 同步文件与媒体	专注文字与图片. 帮助用户记笔记, 网页, 图片, 代办事项, 音频
用户反馈	导航经过很好的设计 用户使用Dropbox做短期的文档存储. 传大型文件很方便.	有多种方式组织笔记本与标签功能 用户使用其作为长期的存储 e-Filing cabinet/daily planner用户存储文档及个人信息

图片先天具有病毒传播的特性.

图片应用分为：创作型 (Instagram), 私密性(Path), 类似于Twitter (DailyBooth, Tumblr, Posterous), 基于地点 (Color, Trover, Clixtr, PicPlz).

最成功的应用需要具有：好的**UI设计** + 方便自由的**链接其他应用** + **先入为主**(Instagram)

Facebook 图片分享使其他应用面对很强的威胁.

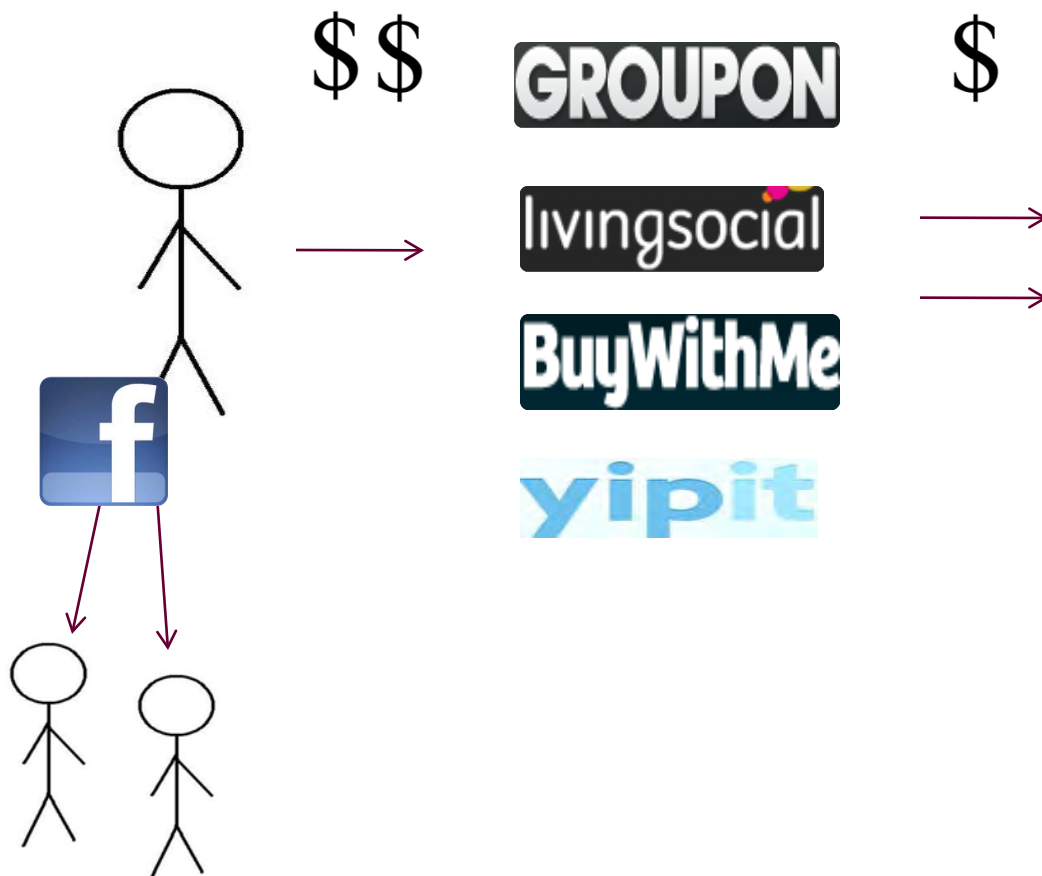
FB 有100 million 移动用户，这些用户可以直接通过facebook上传，而不是再通过其他应用. 每天有100 million FB照片上传

	Instagram	Path	tumblr.	COLOR	trover
Founded, \$	2010, \$7.5M	11/10, \$11.2M	2007, \$40.3M	2010, \$41M	5/11, \$N/A
细节	最流行的图片分享应用. 免费的镜头效果，可以拍摄及分享照片	分享图片给最近的50个朋友	专注于图片的Twitter. 可以“like”看到自己的图片有多少人传播	失败案例: 看到100feet附近的用户照片	以地点方式组织图片
用户反馈	专注与人. 人们喜欢分享使用镜头效果拍摄出来的美丽照片	专注于私人 专注于私密朋友间分享私人时刻 “非病毒”	推荐机制可以发现新的值得关注的用户	无法积累第一批用户 没有人使用	专注于发现附近的事物 对于旅行者很有用

				
Founded, \$	5/10, \$11.5M	2/04, \$2.34Bn	2009, \$8M	2011, \$N/A
细节	<p>通过手机群发短信与会议 可以在地图上看到朋友位置</p> <p>使用发短信到某一号码的形式加入群讨论 免费, 支持所有手机平台</p>	<p>把facebook好友细分为小组.</p> <p>好友可以上传, 分享文档, 并计划活动等。 是其他类似应用的威胁</p>	<p>iPhone, Blackberry, Android, Nokia 平台均可用</p> <p>跨平台的wifi短信发送软件, 支持图片, 视频, 音频, 应用免费</p>	<p>聊天后所有聊天记录都会被删除</p> <p>是一个给敏感人士继续Twitter话题的地方</p> <p>可以通过twitter, SMS, 或者email邀请</p>

3. 体验经济，通过打折促进用户尝试更多的产品与服务 (通过手机+电脑)

限时抢购概念把线下生意与线上社区结合



消费者喜欢限时抢购概念并分享

用户分享，当：

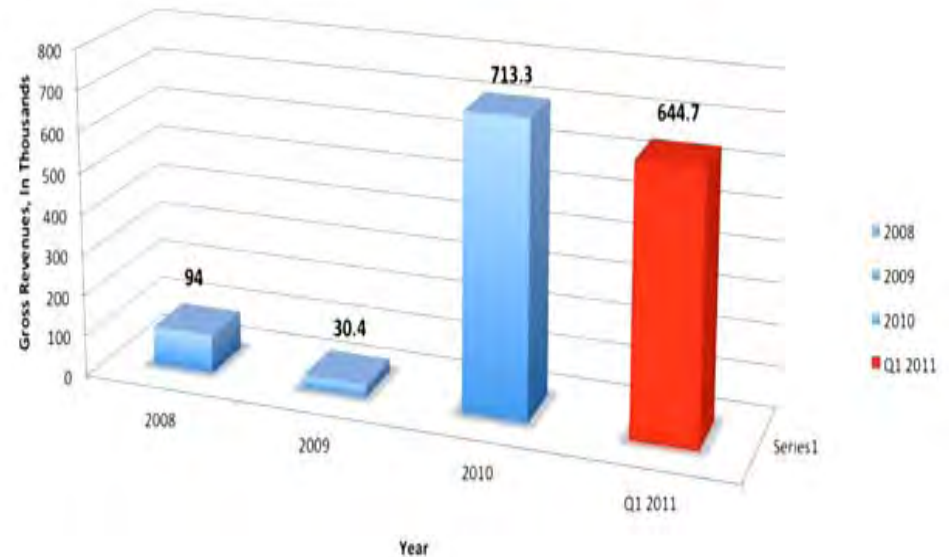
- 分享可以得到奖励
- 买到物美价廉的东西 (**83%** 用户愿意分享)
 - Eventbrite的用户中买到低价票的人比买到高价票的人更喜欢分享 (10倍) 并带来20%销售的增长
 - 用户在facebook的每次分享，对于Ticketmaster 价值**USD 5.30** (Facebook 4/11)

用户购买本地交易频率
deals?



JiWire 2011

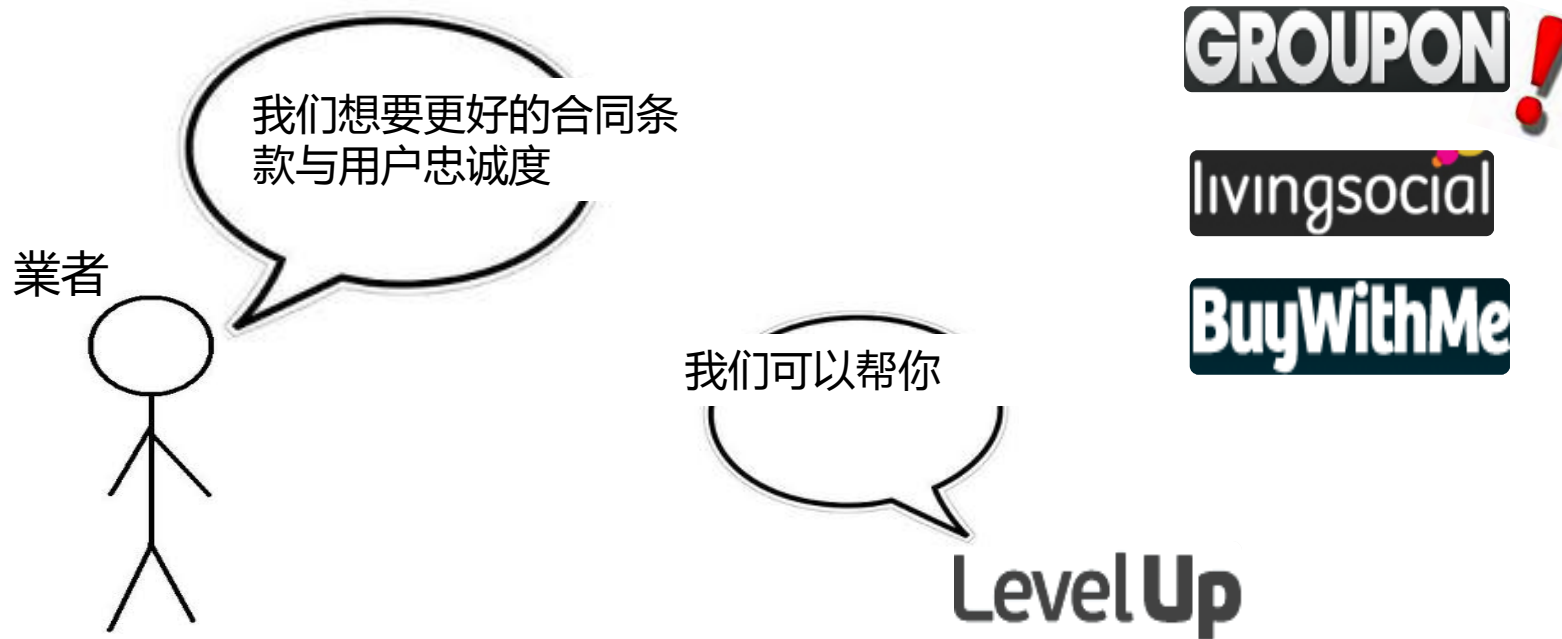
Groupon Revenues 2008 - 2011



Groupon

但是商家想要更好的收益

零售商 疲劳– 商家已经厌倦了团购网站的销售电话，其他类似网站会更难进入
Groupon独立研究显示 32%商家没有盈利， 40% 不想再做
LevelUp一类网站正在通过更好的方法帮助商家建立顾客忠诚



	GROUPON	livingsocial	BuyWithMe	LevelUp
Founded, \$	11/08, \$1.14Bn	7/08, \$632M	3/09, \$21.5M	3/11, \$19.8M
细节	<p>用户推荐给朋友并注册新用户可获得\$10奖励</p> <p>商家的体验不好 快速的海外扩张</p>	<p>如果能邀请到3个好友购买同样的产品, 则会该人免单 (比groupon\$10更好)</p> <p>比groupon有更好的商家服务</p>	<p>与groupon相同但交易量小很多</p> <p>以并购的方式进入市场 CEO 在12/10辞职.</p>	<p>三个等级的折扣帮助增加顾客忠诚度</p> <p>商家成本可能会更高但概念商家更喜欢</p>
用户反馈	<p>用户喜欢团购及其手机应用</p> <p>目前扩展到43个国家</p>	<p>用户喜欢这种模式</p> <p>目前扩展到8个国家</p>	<p>应用无法与前两家竞争</p>	<p>用户喜欢在一个地点买3件</p>

4.收集用户喜好及需求，提供更有效的内容推荐或资源分享

4.1 获得高质量的用户使用体验及专家意见

用户创造，分享内容正在不断增长， 并且越来越喜欢发现其他用户创造的内容



Result
→

创造分享
与发现

polyvore™

COLOURlovers

风格与
设计



产品

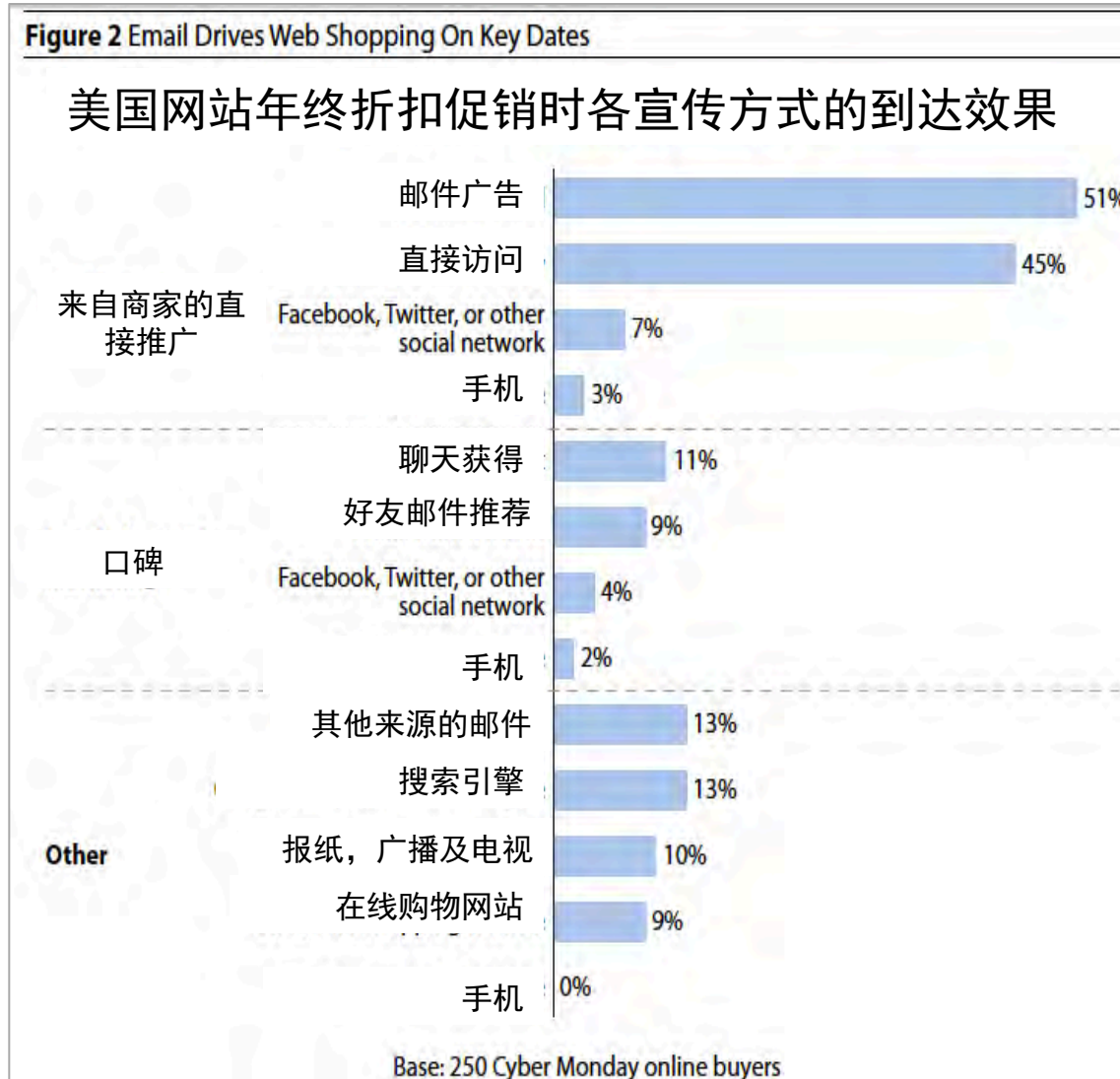
产品选择极其丰富

通过传统的搜索很难再找自己喜欢的

很难表达自己的风格



用户体验: 更过交互, 乐趣, 与创造



但社交网络营销渠道正变得越来越重要

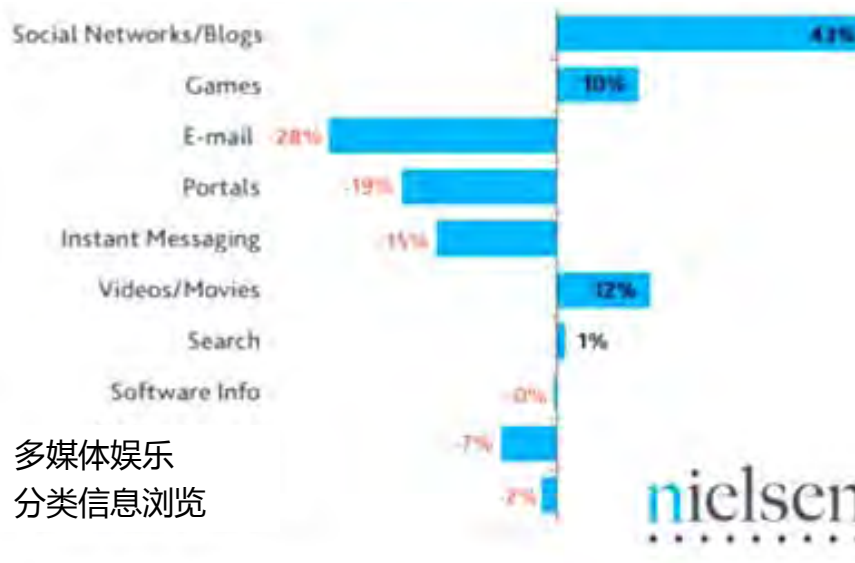
33% of Twitter用户每周分享针对产品的意见



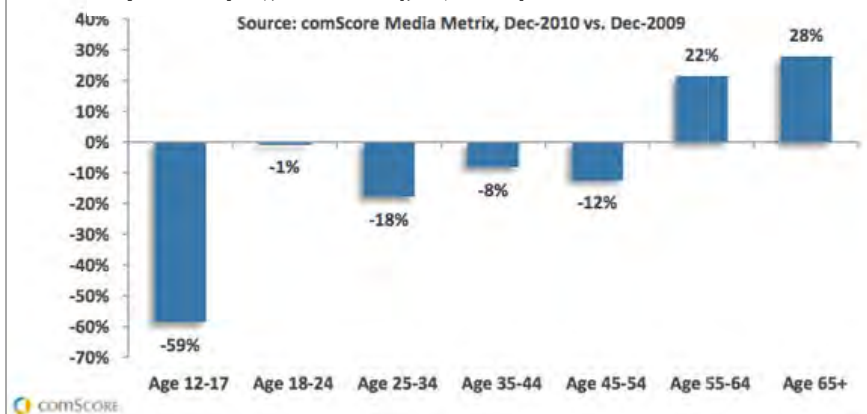
19% of Facebook 用户每周推荐产品



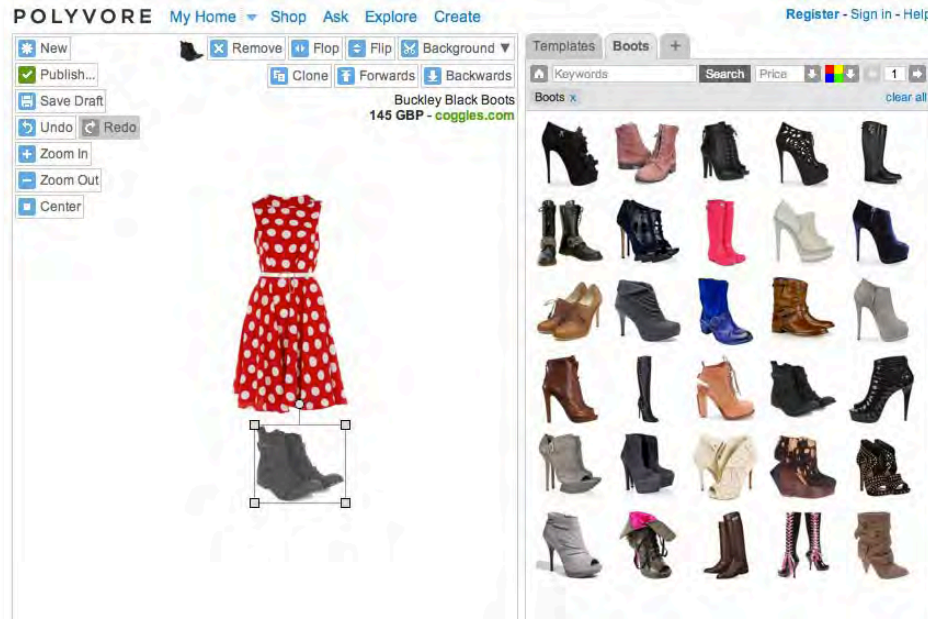
美国互联网重度用户使用事件变化



不同年级针对使用邮件时间的变化

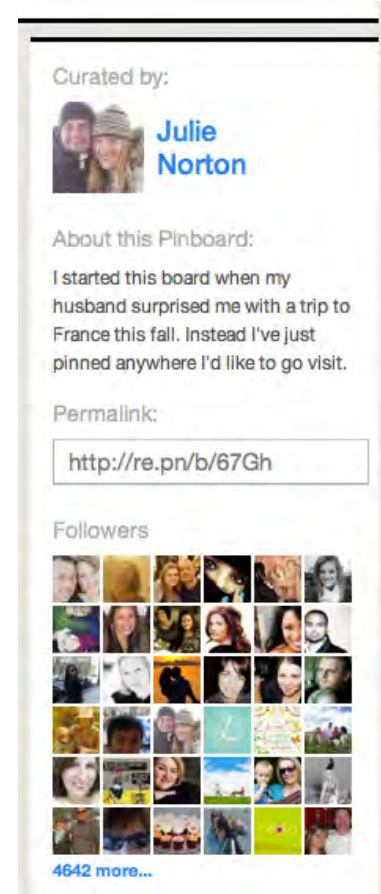


用户创造内容



polyvore™

好的UI设计



关注

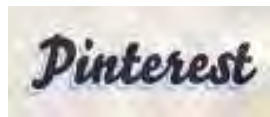
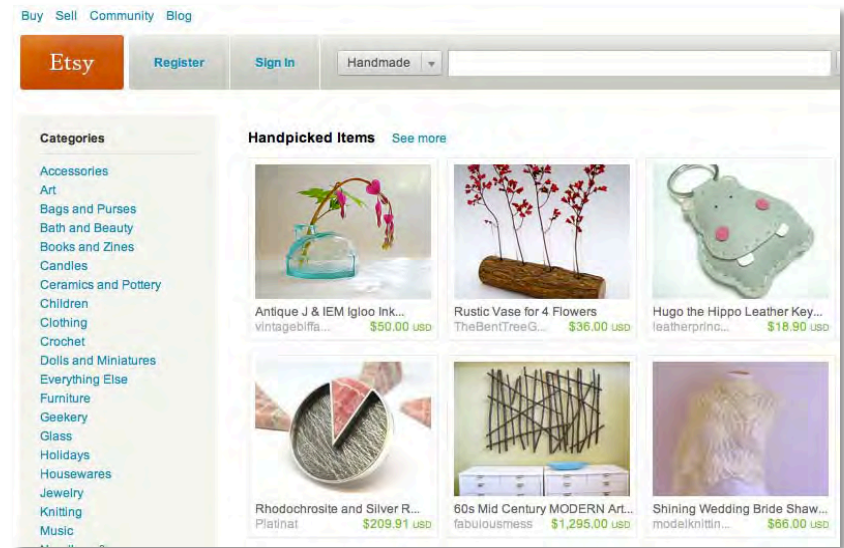
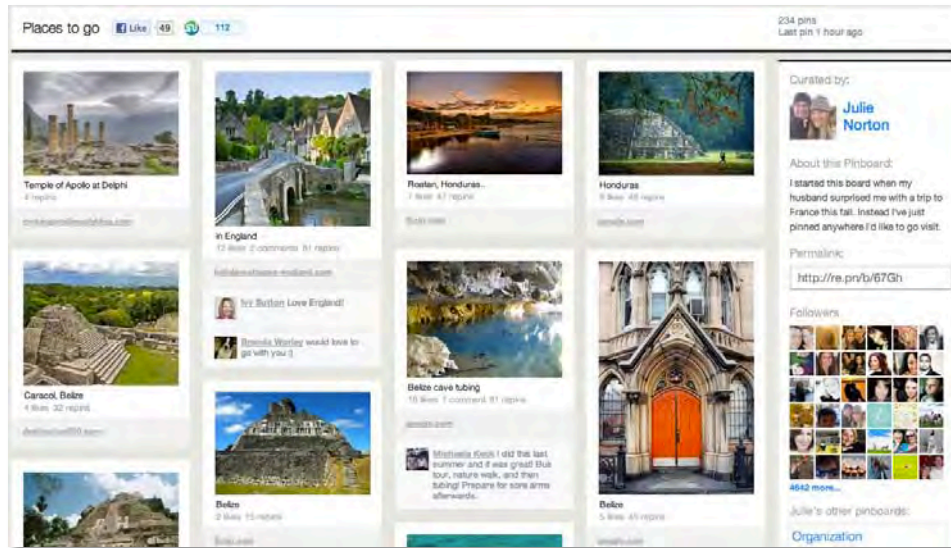


成功关键：发现

更好的用户体验

更好的视觉表现

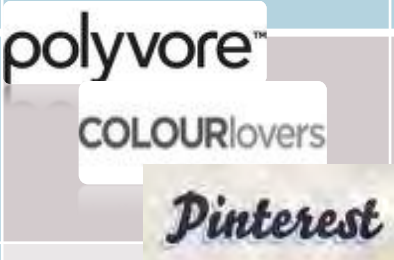


更好的内容组织方式



通过社会化平台来发现用户的喜好

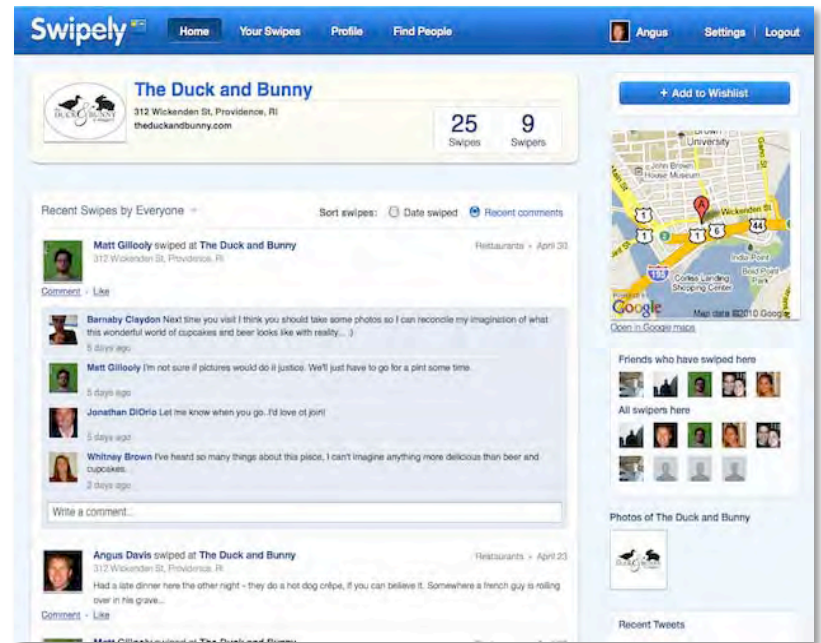
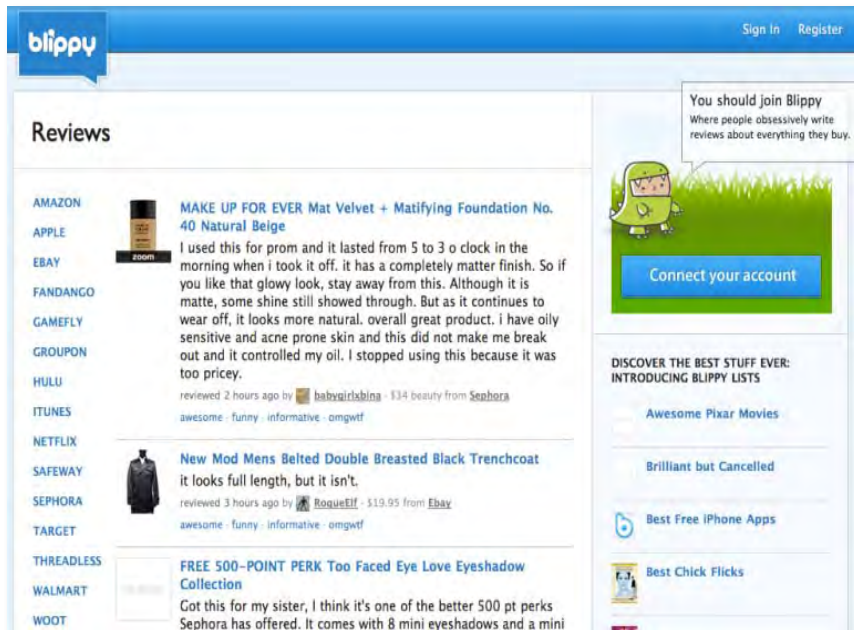
人们在找什么?

网站类型

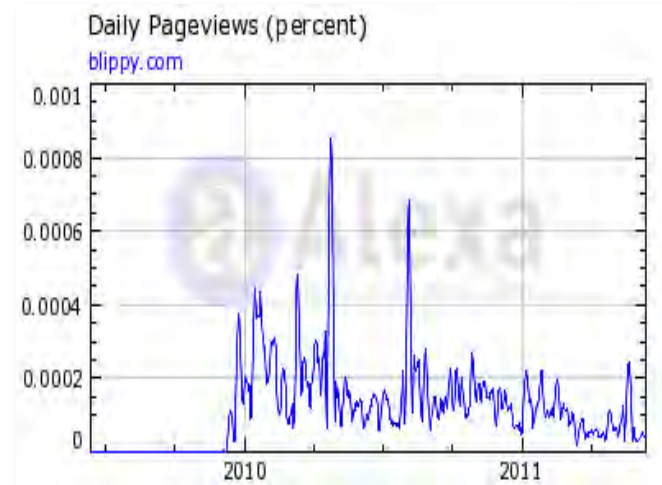
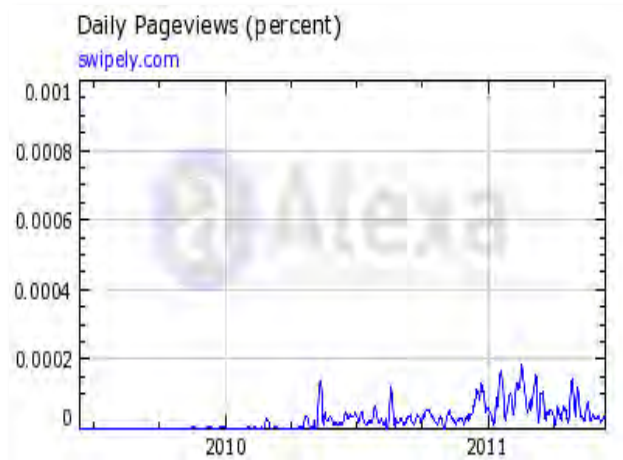
	“发现”式的时间网络	SNS 广告	C2C eCommerce
创造，发现并分享时尚服装搭配与设计			
用户通过在SNS推荐自己喜欢的产品赚钱			
陈列并销售手工制品			

创立于2009年, Swipely and Blippy 允许用户分享购买记录与购买背后的故事, 用户可以通过绑定信用卡的形式自动分享购买记录

1. 用户可以通过关注好友购买记录的方式发现新产品.
2. 在购买后, 用户可以查看照片, 记录购买体验与评论.



- Blippy and Swipely' s 没有为用户解决任何问题
- 用户不愿意绑定信用卡，并导入自己所有的购买历史
- 几乎没有人愿意分享自己每天的琐碎购买记录
“我不认为用户喜欢分享他们的消费记录。” -Swipely CEO Angus Davis

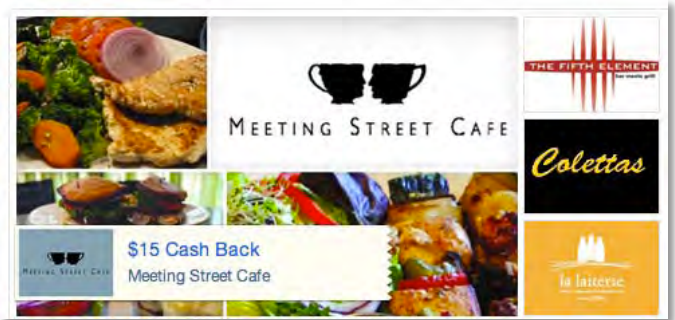


Blippy目前是一个产品评论网站，正在寻找新方向

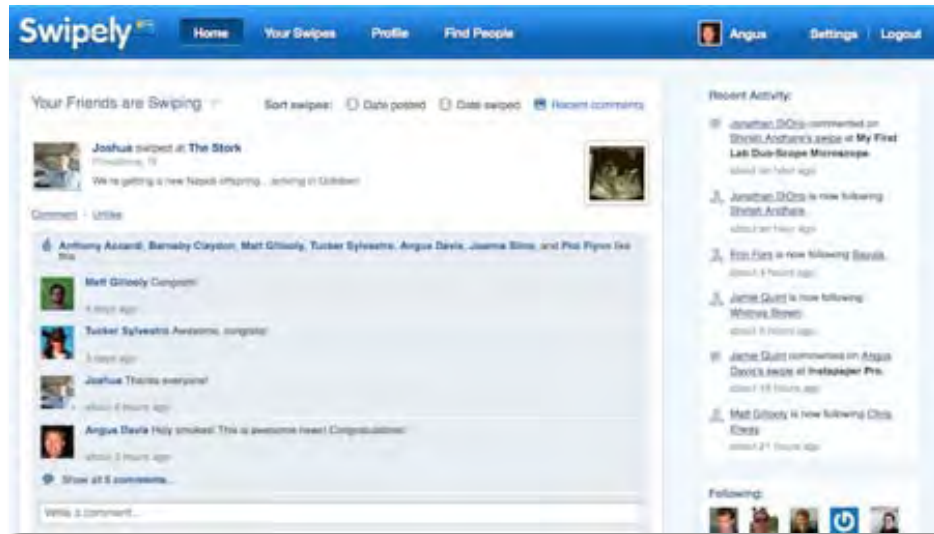
消费者从Swipely的合作商处购买可获得, 返利

Swipely 最初是一个产品分享与发现的网站

现在除了信用卡绑定外更像是 Foursquare's loyalty rewards



用户可以在地图上看到自己的购买记录



产品必须符合用户相似的品味

Product



购物分享SNS



LBS 图片分享

Users



家人朋友: 不同的口味

连接

周围的人:
不同的口味

用户不会给周围不感兴趣的朋友分享 (例外→ 活动)

地点与好有并不意味着有同样的兴趣

产品必须符合用户相似的品味

Product



polyvore™

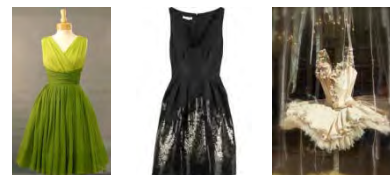
风格创造与分享的
SNS



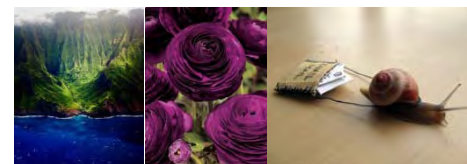
tumblr Pinterest

图片分享 blog + 社
交

Users



有同样时尚品位的人



有同样图片喜好的人

连接

连接全世界具有相同兴趣的人的网站相对更成功

寻找专业问题的答案

寻求值得信任信息的需求在增长

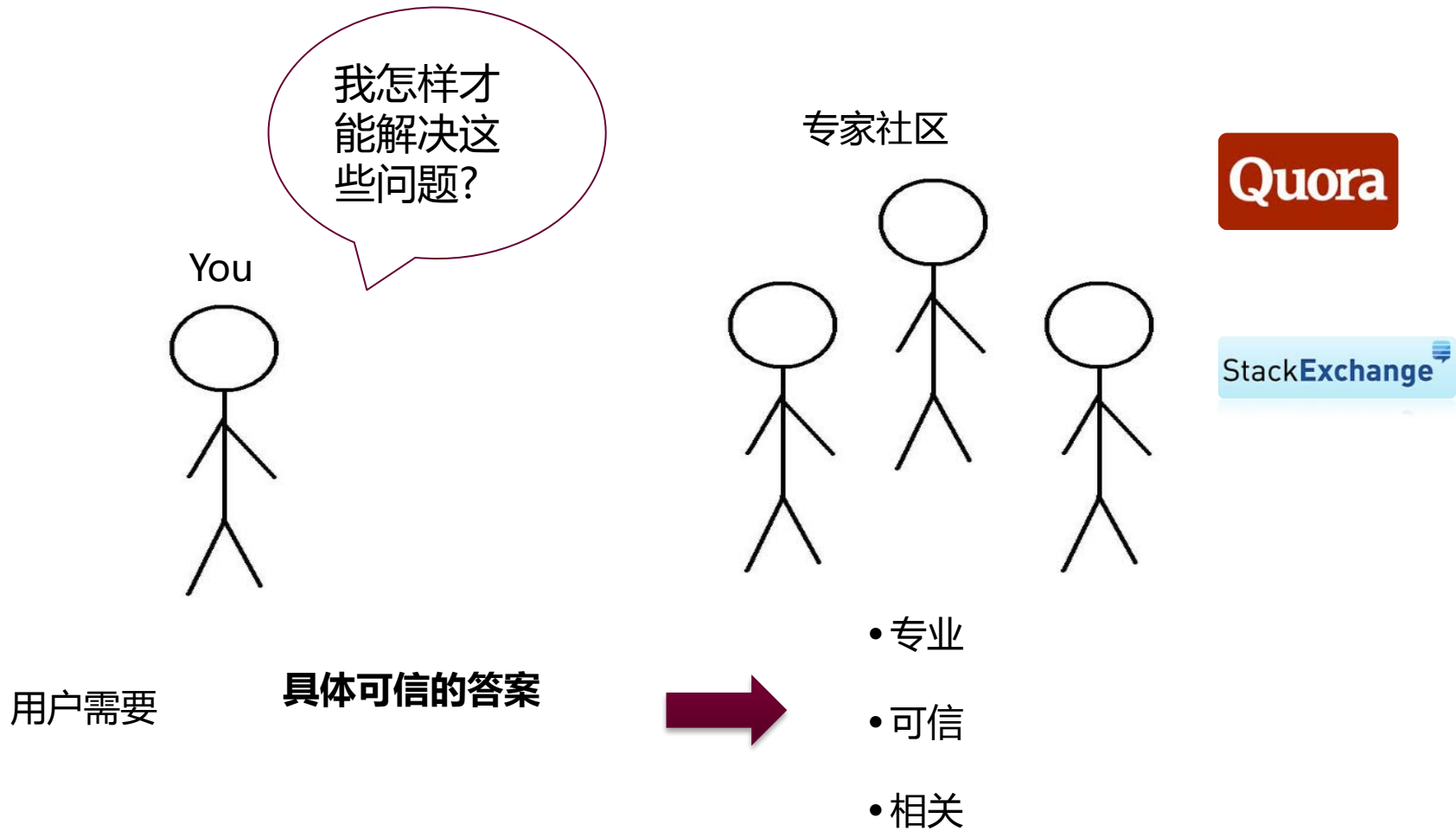
但不想从一堆垃圾广告中找信息

-- 现有网站难以满足需求

不知道什么样的信息可以信任



用户需要更专业与可信的答案





区别： 信息收集 vs. 问答

用户寻找?

驱动者

	用户	所雇专家	专业用户	‘某一领域的专业用户
某一问题的通常答案				
问题的特别回答				
针对技术问题的回答				



WIKIPEDIA
The Free Encyclopedia

- Main page
- Contents
- Featured content
- Current events
- Random article
- Donate to Wikipedia

- Interaction
 - Help
 - About Wikipedia
 - Community portal
 - Recent changes
 - Contact Wikipedia

Toolbox

Print/export

Languages

- Acèh
- Afrikaans
- Alemannisch
- አማርኛ
- Ænglisc
- АԥсԿя
- العربية
- Aragonés

Article **Discussion**

Read **View source** View history

Search

United States

From Wikipedia, the free encyclopedia
(Redirected from **United states**)

This article is about the United States of America. For other uses of terms redirecting here, see [US \(disambiguation\)](#), [USA \(disambiguation\)](#), and [United States \(disambiguation\)](#).

The **United States of America** (also referred to as the **United States**, the **U.S.**, the **USA**, or **America**) is a **federal constitutional republic** comprising **fifty states** and a **federal district**. The country is situated mostly in central **North America**, where its **forty-eight contiguous states** and **Washington, D.C.**, the capital district, lie between the **Pacific** and **Atlantic Oceans**, bordered by **Canada** to the north and **Mexico** to the south. The state of **Alaska** is in the northwest of the continent, with **Canada** to the east and **Russia** to the west across the **Bering Strait**. The state of **Hawaii** is an **archipelago** in the mid-Pacific. The country also possesses **several territories** in the **Caribbean** and Pacific.

At 3.79 million square miles (9.83 million km²) and with over 310 million people, the United States is the **third or fourth** largest country by total area, and the third largest both by **land area** and **population**. It is one of the world's most **ethnically diverse** and **multicultural** nations, the product of large-scale **immigration** from many countries.^[6] The U.S. **economy** is the world's largest national economy, with an estimated 2010 **GDP** of \$14.780 trillion (23% of **nominal global GDP** and 20% of global GDP at **purchasing power parity**).^{[3][7]}

Indigenous peoples of **Asian origin** have inhabited what is now the mainland United States for many thousands of years. This **Native American population** was greatly reduced by disease and warfare after **European contact**. The United States was founded by **thirteen British colonies** located along the **Atlantic seaboard**. On July 4, 1776, they issued the **Declaration of Independence**, which proclaimed their right to **self-determination** and their establishment of a cooperative union. The rebellious states defeated the **British Empire** in the **American Revolution**, the first successful **colonial war of independence**.^[6] The current **United States Constitution** was adopted on September 17, 1787; its ratification the following year made the states part of a single republic with a strong federal government. The **Bill of Rights**, comprising ten **constitutional amendments** guaranteeing many **fundamental civil rights and freedoms**, was ratified in 1791.

Through the 19th century, the United States displaced native tribes, acquired land from **France**, **Spain**, the **United Kingdom**, **Mexico**, and **Russia**, and **annexed** the **Republic of Texas** and the **Republic of Hawaii**. Disputes between the **agrarian South** and **industrial North** over the expansion of the **institution of slavery** and **states' rights** provoked the **American Civil War** of the 1860s. The North's victory prevented a permanent split of the country and led to the **end of legal slavery** in the United States. By the 1870s, the national economy was the world's largest.^[6] The **Spanish–American War** and **World War I** confirmed the country's status as a military power. It emerged from **World War II** as the **first country with nuclear weapons** and a permanent member of the **United Nations Security Council**. The end of the **Cold War** and the **dissolution of the Soviet Union** left the United States as the sole superpower. The country accounts for 43%

United States of America



Flag



Great Seal

Motto: *In God We Trust* (official)

E Pluribus Unum (traditional)

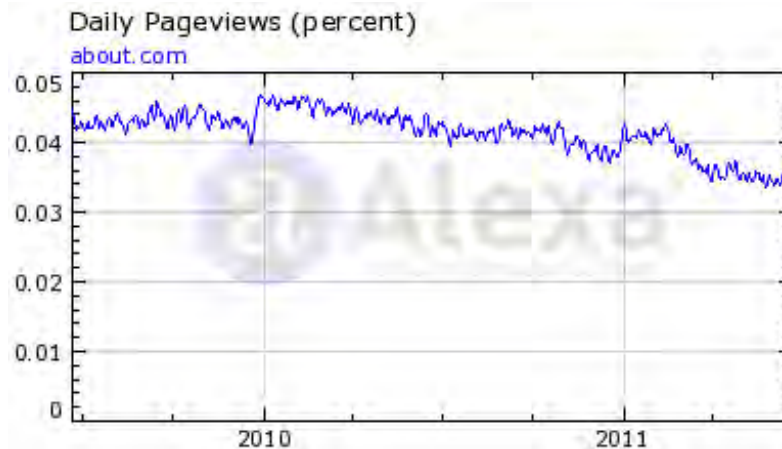
(Latin: Out of Many, One)

Anthem: "The Star-Spangled Banner"

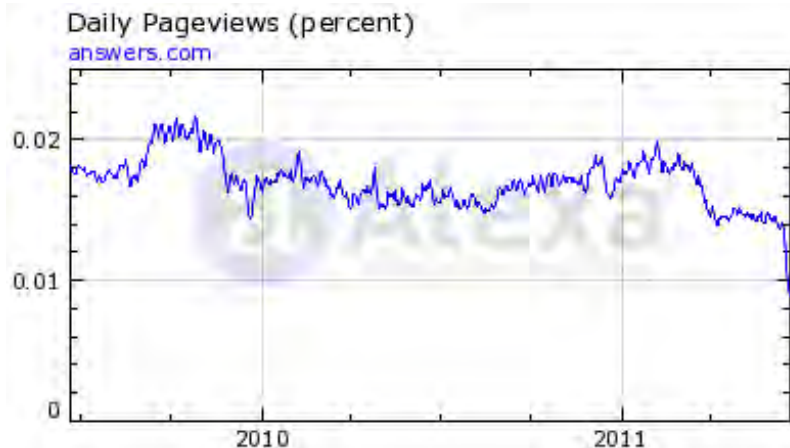


综合知识类网站访问量没有增长

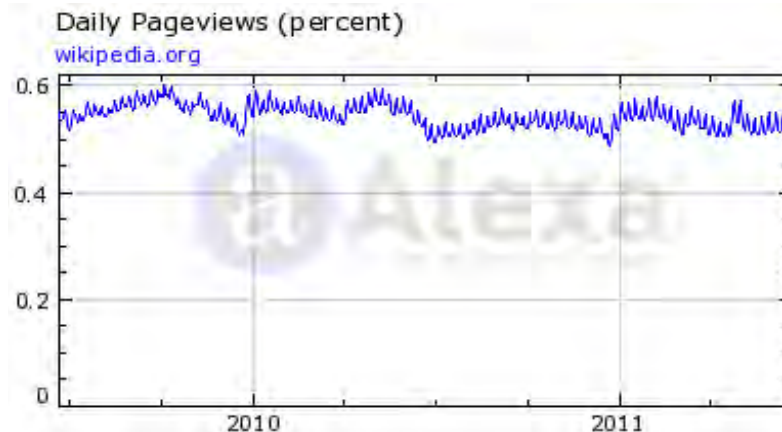
Wikipedia
Alexa rank in US: 6



Answers.com
Alexa rank in US: 67



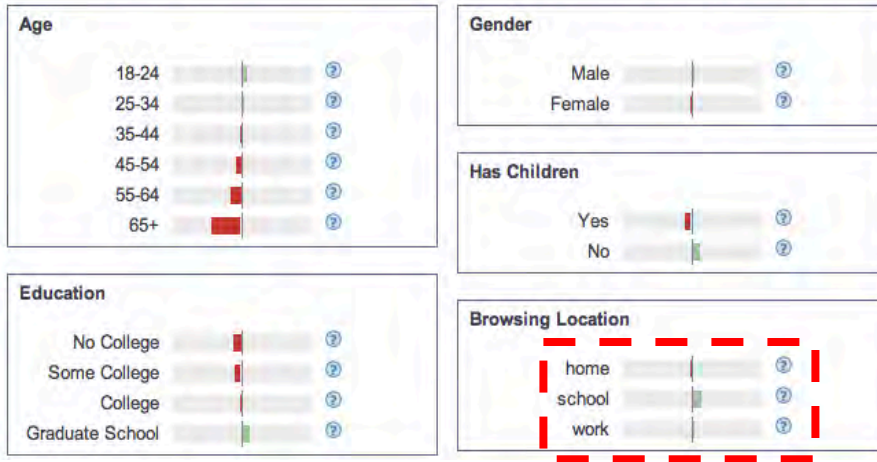
About.com
Alexa rank in US: 32



针对通常信息的需求已经被满足

Audience Demographics for Wikipedia.org

Relative to the general internet population how popular is wikipedia.org with each audience below?

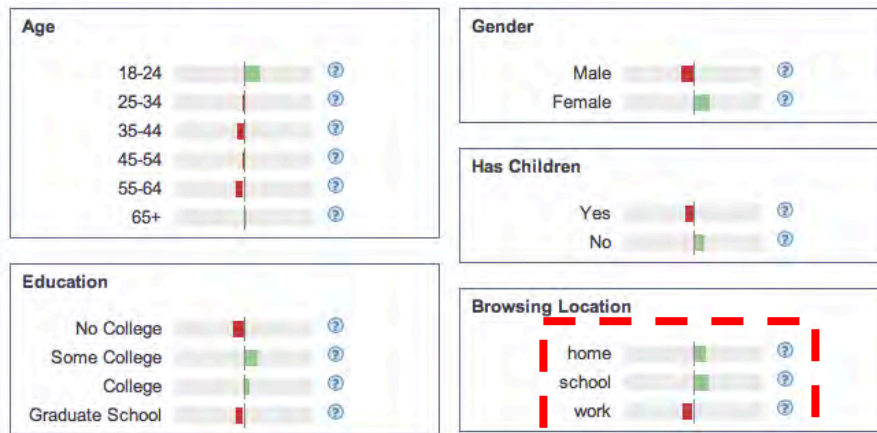


这些网站提供通常的信息与答案:

- 用户受过大学教育
- 更多元的年龄结构
- 从家里或学校提问

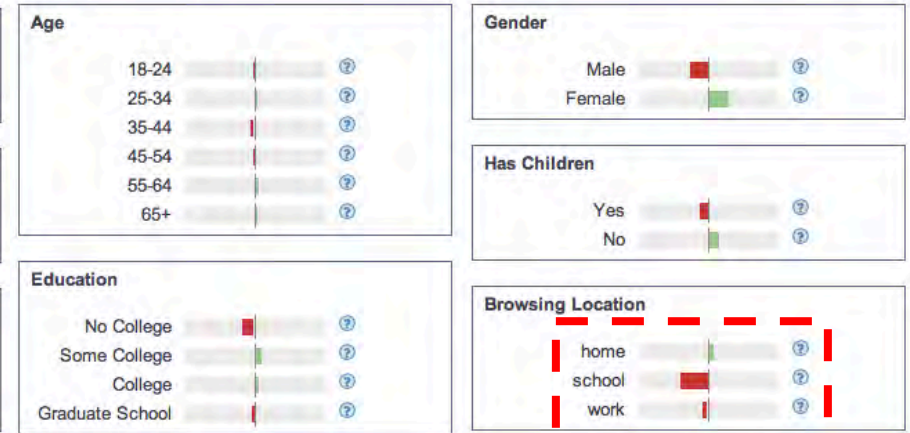
Audience Demographics for Answers.com

Relative to the general internet population how popular is answers.com with each audience below?

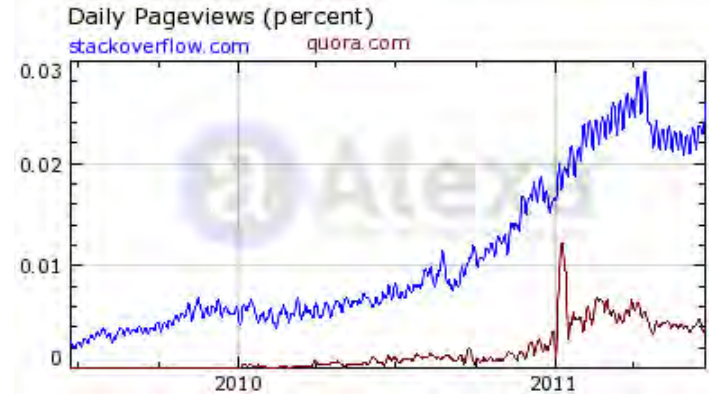


Audience Demographics for About.com

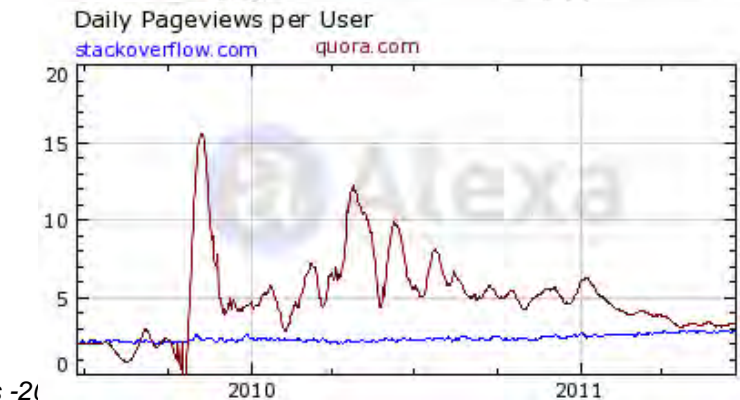
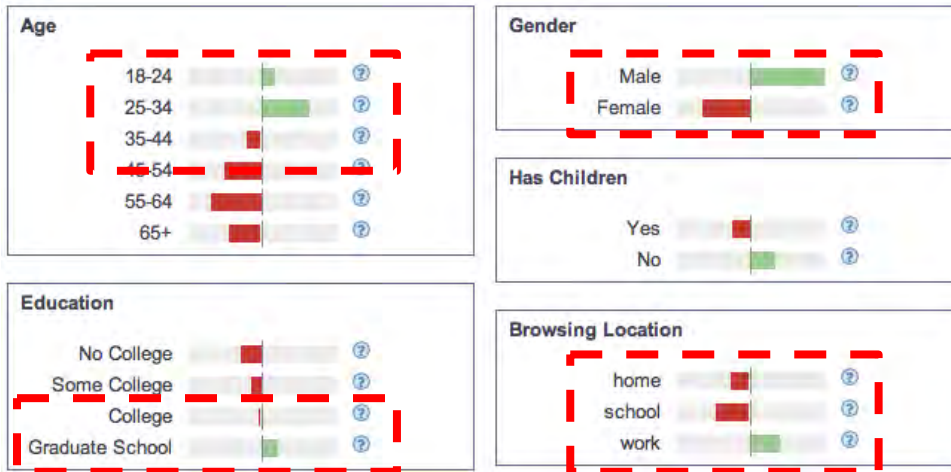
Relative to the general internet population how popular is about.com with each audience below?



Quora's user profile



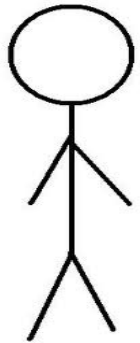
Stackoverflow's user profile



用户需要可信的直观的产品信息

我该买什
么????

You



用户需要

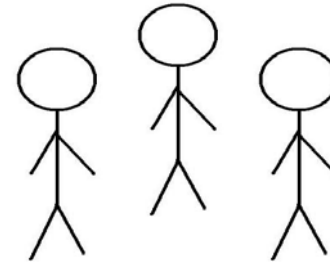


有用可信的信息

便于理解

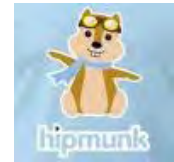


点评者- 基于自己的体验



Angie's list.

算法



decide

- 可信
- 更好的UI/UX
- 网站垂直化

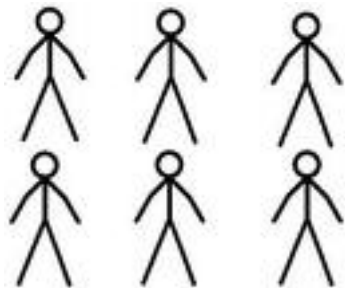
用户更喜欢由其他用户创造的有趣内容， 并根据用户的喜好得到内容推荐

需要有趣的内容

用户来投票顶起有趣的新闻



Result →



+

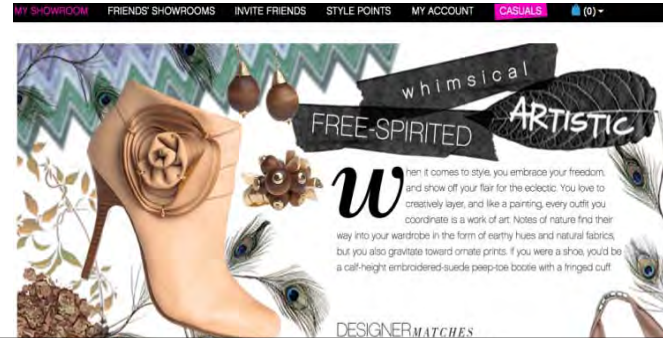


+



= 有趣的内容

用户想要独特的物美价廉的产品



BirchBox

shoedazzle™
Your Personal Shoe Stylist

Founded, \$	9/10, \$14M	3/09, \$60M
每月支付	\$10	\$39.95
细节	<p>用户每月可以得到4件化妆品的试用装</p> <p>产品包装精美，由高端化妆品零售商提供</p> <p>网站还提供化妆品相关内容的社区与电子商务</p> <p>化妆品订购者需要每年支付\$110或每月\$10.</p> <p>订户如果购买正常装或邀请好友则会获得折扣</p>	<p>该网站卖点之一是名模Kim Kardashian. 会员支付\$39.95 /月 (\$479 per year) 可以每月得到一双鞋. 区别是，用户可以有与名模接触的机会.</p> <p>鞋的质量很好，“Shoedazzle品牌有厂家直接供货</p>

4.2 用户间的供需匹配（如，闲置，威客，资源交换等）

合作消费（“Collaborative Consumption”）或分享经济（“Sharing Economy”）正在美国迅速成为潮流。Google Ventures, 著名美国VC都有在这一领域投资

3 种主要的分享方式:

- 通过系统平台促进分享 (分享使用汽车)
- 物品再分配，二手交易或交换 (Craiglist)
- 协同工作，如在资产与技能进行合作(协同工作平台)

可以分享的产品的特性: 1)成本 \$100-\$500 2)容易运输 3)不经常使用. 如: 体育用品, 户外装备, 教材

分享类网站:



平均辆车每月可获得\$250的租金收益，足够覆盖汽车的开销

为什么用户使用分享服务

低成本，利用现有资源创造新价值，利用周围的资源建立一个全球的社区，不断增加的成本

信誉体系与实名制是确保服务可信的关键因素。一些网站使用facebook的用户系统来确保实名制。TrustCloud, 一家初创的社会性信誉服务网站，目标是打造一个标准的轻量级的信用系统

		HomeAway		Zaarly	
Founded, \$	8/08, \$108M	2/05, \$504M	2008, \$6.85M	2/11, \$1M	9/09, \$50k
细节	家庭旅馆的c2c交易平台 使用FB帐号增加信任	与Airbnb相同功能，虽然有FB粉丝页面，但是没有利用FB作为诚信工具	美国的威客网站，通过完成任务赚钱 跑腿人需要经过Taskrabbit审核	买方发起基于附近地点的求购信息	汽车类的Airbnb提供相关保险 使用iphone解锁提车
用户反馈	有很多房间资源，订房功能方便周到 相对便宜，比酒店更有趣更有人情味。 确实是一个好用的手机应用	店主可以得到更多的垂询电话，因为发布信息收费(竞争小)	可以赚些小钱 新来的跑腿人没有信誉记录，较难拿到工作，跑腿人过剩	依靠信誉系统 达成交易需要时间	车主可以赚钱抵消掉养车成本 租金便宜 软件经常崩溃

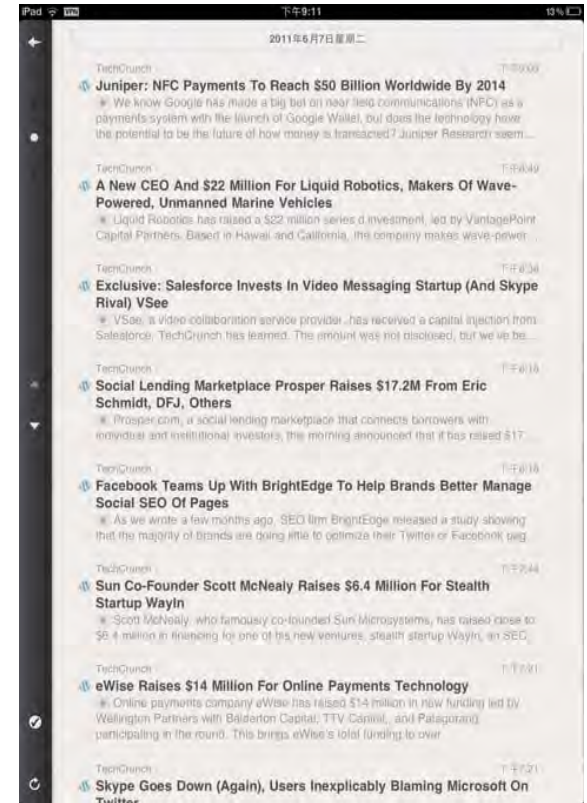
5. iPad：提供更丰富，多媒体的UE

阅读器设计要点:

- 重点突出，用户可以快速的领会为什么要使用该应用
- 列表及操作简化，在主界面呈现足够内容，简化用户学习过程
- 过于复杂的结构会使用户迷惑.

	Flipboard	ZAKER	reeder
Founded, \$	Q3/2010, \$60.5M	Q3/2010, \$3M	2009, \$N/A
Details	<p>每日展示7页，一页10篇文章</p> <p>含有社交类内容，如facebook上好友上传或评论的热门内容</p> <p>支持FB & Twitter .</p>	<p>每日展示7页，一页10篇文章</p> <p>没有社交类内容</p> <p>有分类导航</p> <p>支持新浪微博.</p>	<p>没有社交内容，</p> <p>纯google RSS阅读器</p> <p>无分类</p>
Customer feedback	<p>比Zaker好的内容排序</p> <p>内容的展示方式经过很好的优化</p>	<p>内容排序的算法很差，重复显示，分类导航无法针对用户兴趣个性化</p>	<p>适合高端blog读者 (Techcrunch).</p>

Flipboard, Zaker, Reeder 截图



Juniper: NFC Payments To Reach \$50 Billion Worldwide By 2014

techcrunch.com • We know Google has made a big bet on near field communications (NFC) as a payments system with the launch of Google Wallet, but does the technology have the potential to be the future of how money is transacted? Juniper Research seems to think so. The company is releasing a new report that forecasts that global NFC mobile contactless payment transactions will reach nearly \$50 billion worldwide by 2014.

Juniper says that NFC is steadily gaining traction, and because of the latest rollout of the technology both in the U.S. and outside the U.S., 2011 and 2012 are expected to be "banner years for NFC service rollouts."

For background, NFC enables people to make transactions, exchange digital content and connect electronic devices with a simple touch. As we've seen with Google, Android phones such as the Nexus S are being built with NFC chips, making your cell phone a mobile wallet. It's unclear if Apple will add NFC technology to the iPhone 5.

Of course, NFC has gained traction in international markets before the U.S. Orange Mobile is using the technology, and Starbucks is set to sign on to use the technology to enable payments in the U.K.



A New CEO And \$22 Million For Liquid Robotics, Makers Of Wave-Powered, Unmanned Marine Vehicles

techcrunch.com • Liquid Robotics has raised a \$22 million series d investment, led by VantagePoint Capital Partners. Based in Hawaii and California, the company makes wave-powered, marine drones that are remote controlled by satellite, and capable of ...



Next Big Thing in E-Commerce? Group Founders Eric Lefkowsky and Brad Keywell, who have famously extracted all sorts of money from the soon-to-IPO deals ...

techcrunch.com • Liz Gannes / AllThingsD: Next Big Thing in E-Commerce? Group Founders Eric Lefkowsky and Brad Keywell, who have famously extracted all sorts of money from the soon-to-IPO deals ...

世界国家地理

一周太空图片精选:巨型椭圆星系中央发现黑洞

世界国家地理 发布于 7天前
新浪环球地理讯 北京时间6月1日消息,据美国国家地理网站报道,美国“国家地理新闻”网站刊登了过去一周的最佳太空图片,包括超新星SN 2011fe、椭圆星系NGC 5128,怪异的短程彗星VFTS 682以及“双星TMA-20”号



地下3.6公里金矿深处发现新型魔鬼蠕虫(图)

世界国家地理 发布于 5天前
金矿深处发现的新型蠕虫是迄今已知生活在最深处的动物
新浪科技讯 北京时间6月3日



夏威夷海底下发现巨型热岩区宽度1300公里(图)

世界国家地理 发布于 6天前
炙热的熔岩从夏威夷大岛的融化熔岩壳下方涌出,流入海洋。(图片来源: Patrick McFeeley, National Geographic)
新浪科技讯 北京时间6月2日消息,据美国国家地理网站报道,传统观点认为,夏威夷的火山岛由一个直通地球炙热核心的热岩地幔柱形成,这个热岩地幔柱现在在哈瓦伊岛“供料”。对于这一传统观点,一项新的研究发现提出挑战,美国科学家表示,他们发现坚实证据,证明夏威夷海底下方存在一



世界各地美丽日偏食:芬兰上空现太阳笑脸(图)

世界国家地理 发布于 1天前
新浪环球地理讯 北京时间6月7日消息,据美国国家地理网站报道,6月2日,世界大部分地区

一周太空图片精选:太阳表面喷射等离子体(图)

世界国家地理 发布于 10小时前
新浪环球地理讯 北京时间6月8日消息,据美国国家地理网站报道,美国“国家地理新闻”网

6. 移动互联网广告及推广

Google 预测为未来18个月内 15%-30% 的网站流量会来自于 (Yelp 已经 35%)
CPC手机低于电脑30%，但CTR高于电脑5倍
33%的手机访问都是查询本地信息 (per Google, MSFT: 53%)
在使用手机搜索本地信息后, 61%的用户会给商家打电话，59%会访问该

对于手机广告的态度

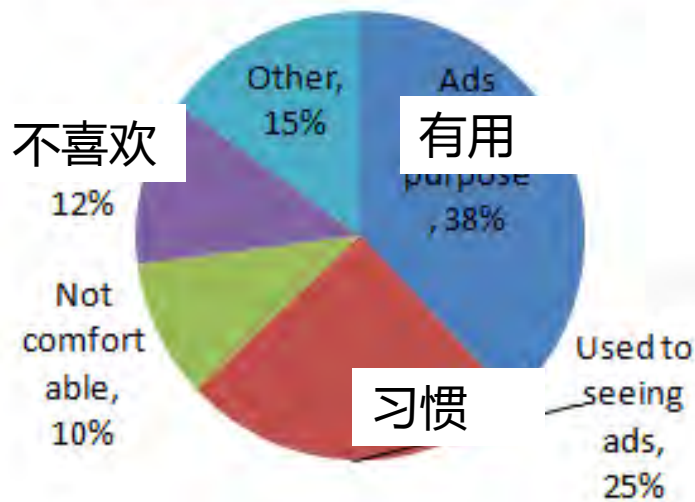
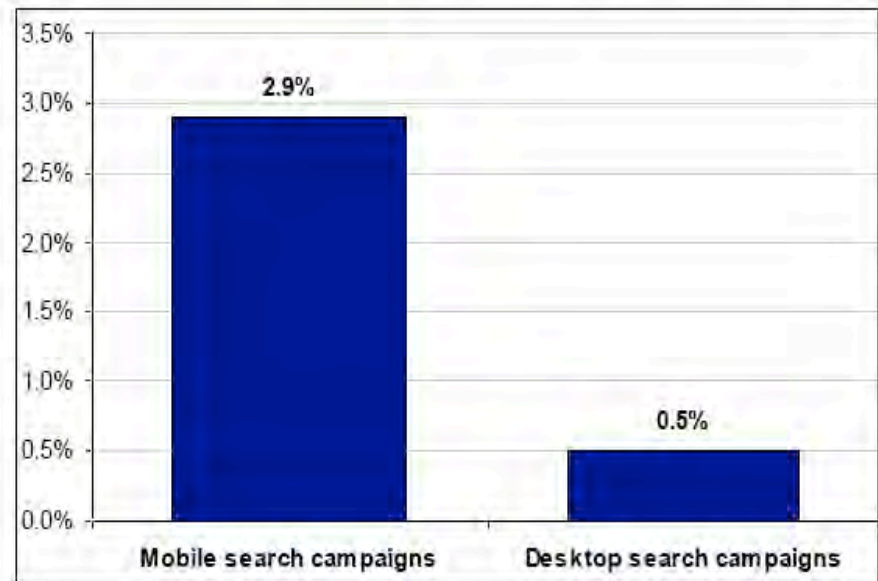


Fig 5 Average CTR: Mobile vs. Desktop Search Ads



Source: Data from 13 The Search Agency accounts from Nov. 2010-Feb. 2011, Macquarie Capital (USA), March 2011

最好的市场营销方式是在线与手机相结合





在线与手机广告相结合，由非常明显的优点：

Yahoo的案例：

- 电影广告手机点击率是电脑的30倍
- 在手机看广告的印象比其他渠道高11（手机广告就在用户面前，更个人，在手机显示屏上广告大小比例要高于网页上的）

手机+在线广告可以增加额更多的兴趣



				
Founding \$	25.5 M	3.2 M	780K	10M
用户	每天可以覆盖 40M 用户.	N. A.	拥有10K 设备, 超过10K 持有人 IP 地址的数据库	N. A.
细节	更高 CPI \$0.75 与40,000家公司合作覆盖了 80,000个应用. Flurry每月产生追踪 120亿 的匿名访问次数	位于剑桥 Localytics具有比竞争对手实时及更深入分析数据的能力, 可以细分数据, 产看移动应用的使用行为 跨平台 Localytics 采用基本服务免费, 高级服务收费的商业模式	Motally, 2010/8被 Nokia收购. 可以快速方便的整合 Ron Conway是 投资人 位于SF	位于纽约. people有更多的市场与设计人员

展示

- 页面广告
- 应用中的广告 (好于页面广告)
- 点击直接通话，点击直接发短信(品牌营销)
- 点击后展示富媒体 (视频，相册，下载)

搜索

- 被Google垄断 (91.4% 市场份额), 专注于基于地点的，语音，图像识别搜索
- (50%的搜索针对本地信息，找酒店，电影院，及周围的其他娱乐)

视频

- 由 iPad, tablets and smartphones 驱动
- 视频用户每年增长40%
- 广告主主要为快速消费品及娱乐业

更有创意的广告

相关, 诱人, 基于地点的



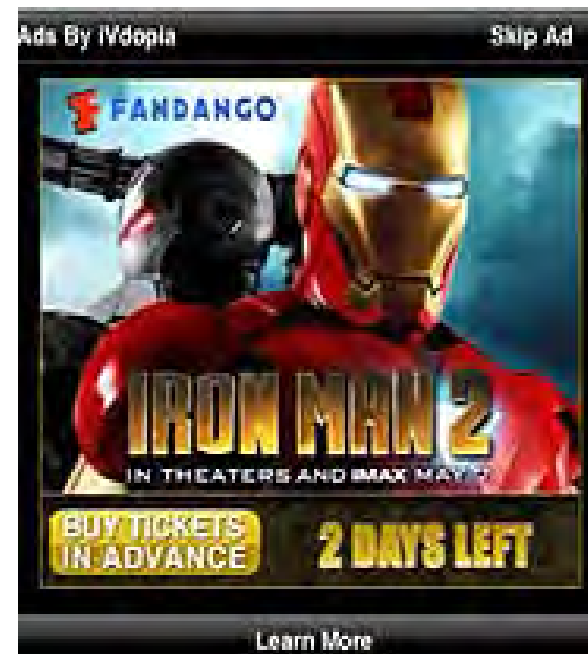
Westin Hote广告展示在天气预报网站上, 只有在多云时才会显示, 用户可以擦去其表面冰冻的画面, 此时广告会显示阳光明媚的酒店画面

交互, 有趣, 兴奋



True blood(吸血鬼 Show)增加了38%的收视率. 点击屏幕后会有血指印, 然后会流出鲜血. 底部会有横幅广告点击观看预告片

点击与购买结合



在游戏与娱乐软件上的IronMan2广告, CTR 6.2%,8倍于PC广告. 50%的流量是去购票, 23%看预告片, 16%查排期

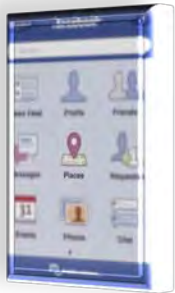
7. Facebook的近況



Facebook – 社交网络进军移动领域

Facebook是世界上最大的社交网络，用户多达6亿

近几年陆续推出新的移动应用程序



Facebook Places
2010年8月

- Check-in自己的位置，并查看好友的位置
- 把地理定位功能首次引入了Facebook的社区
- 成为之后推出的**Facebook Deal**的基础，帮助品牌根据消费者的位置提供相应的促销和活动
- 在美国已经超越Foursquare



Hovertown/WithPeople
(名字未确定) 2011年6月

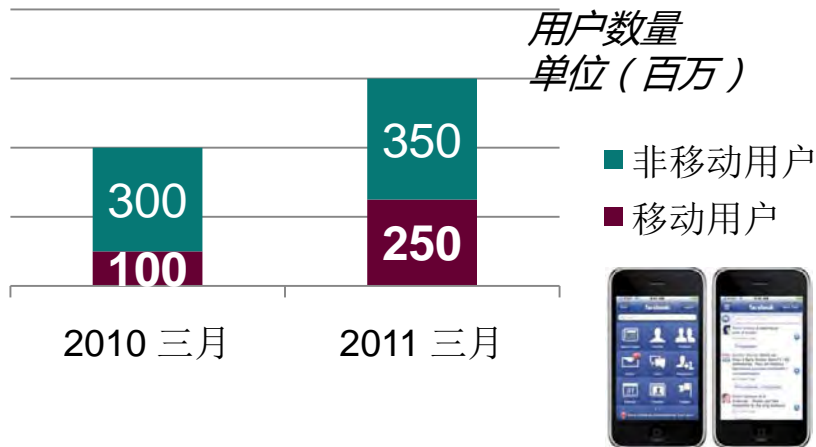
- 针对Iphone推出的照片分享工具
- 提供类似Path, Instagram和Color的结合体: 针对特定小组的照片编辑以及分享功能

类别 ¹	社交/移动
成立时间 ¹	02/2004
总部位置 ²	美国加利福尼亚
销售额 ³ (百万)	2010: \$2000Mn ; 2009: \$775Mn ; 2008: \$280Mn
团队 ²	Mark Zuckerberg, Founder, CEO Bret Taylor, CTO David Ebersman, CFO
资金来源 ² To-Date: \$2.3Bn	Angel, 9/04, Peter Thiel, Reid Hoffman, \$500k Series A, 5/05 Accel, Mark Pincus, Reid Hoffman, \$12.7M Series B, 4/06 Greylock, Meritech Capital Partners, The Founders Fund, \$27.5M Series C, 10/07 Microsoft, \$240M 11/07 Li Ka-shing, \$60M, 1/08 European Founders Fund, \$15M, 3/08 Li Ka-shing, \$60M Debt, 5/08 TriplePoint Capital, \$100M Series D, 5/09 DST, \$200M Unattributed, 6/10 Elevation Partners, \$120M Unattributed, 1/11 Goldman Sachs, DST \$1.5Bn



移动应用成为 Facebook 2011年重点

Facebook's 移动用户占比从去年的25%增长到今年的42%



“我们很注重地理定位产品，支付产品以及兼并收购，但是移动将是我们今年的平台发展的重中之重”

– Bret Taylor, Facebook CTO, 2011年2月

一系列收购证明了Facebook强势进军移动领域的决心

收购公司	业务描述	收购原因
------	------	------



Snaptu
2011.3.20

为移动电话提供网络服务的开发及维护

“为世界各地更多人提供在移动设备上沟通分享的机会”



Rel8tion
2011.1.25

根据消费者的位置以及特质提供移动广告服务

业界估计，是继 Facebook places之后，逐步商业化其手机用户群



持续更新

- Facebook不断更新它在ISO和Android操作系统下受欢迎的应用程序，他们越来越受到消费者（尤其是年轻消费者）的欢迎

支持多种手机平台

- Facebook的发展团队致力于把他的应用程序推广到各种不同的手机平台上，而不仅仅是少数的智能手机

Facebook connect

- Facebook connect让用户在手机上可以更方便地接入各个应用程序，真正达到一键登录。这对于手机用户尤为重要

为开发商提供位置API

- Facebook Places的API对所有开发商开放，这帮助他们开发包括位置服务的新应用程序，从而为用户提供更多与位置相关的信息

提高客户粘性，并不断带来新用户

- 移动的应用程序不断鼓励用户回到Facebook，同时也让老客户成为推荐人，带来更多新的用户

地理定位应用为用户和商家带来双赢

- 用户可以通过Facebook places和Facebook deal获取附近促销信息，而商户则可以吸引更多客户，带来更多销量

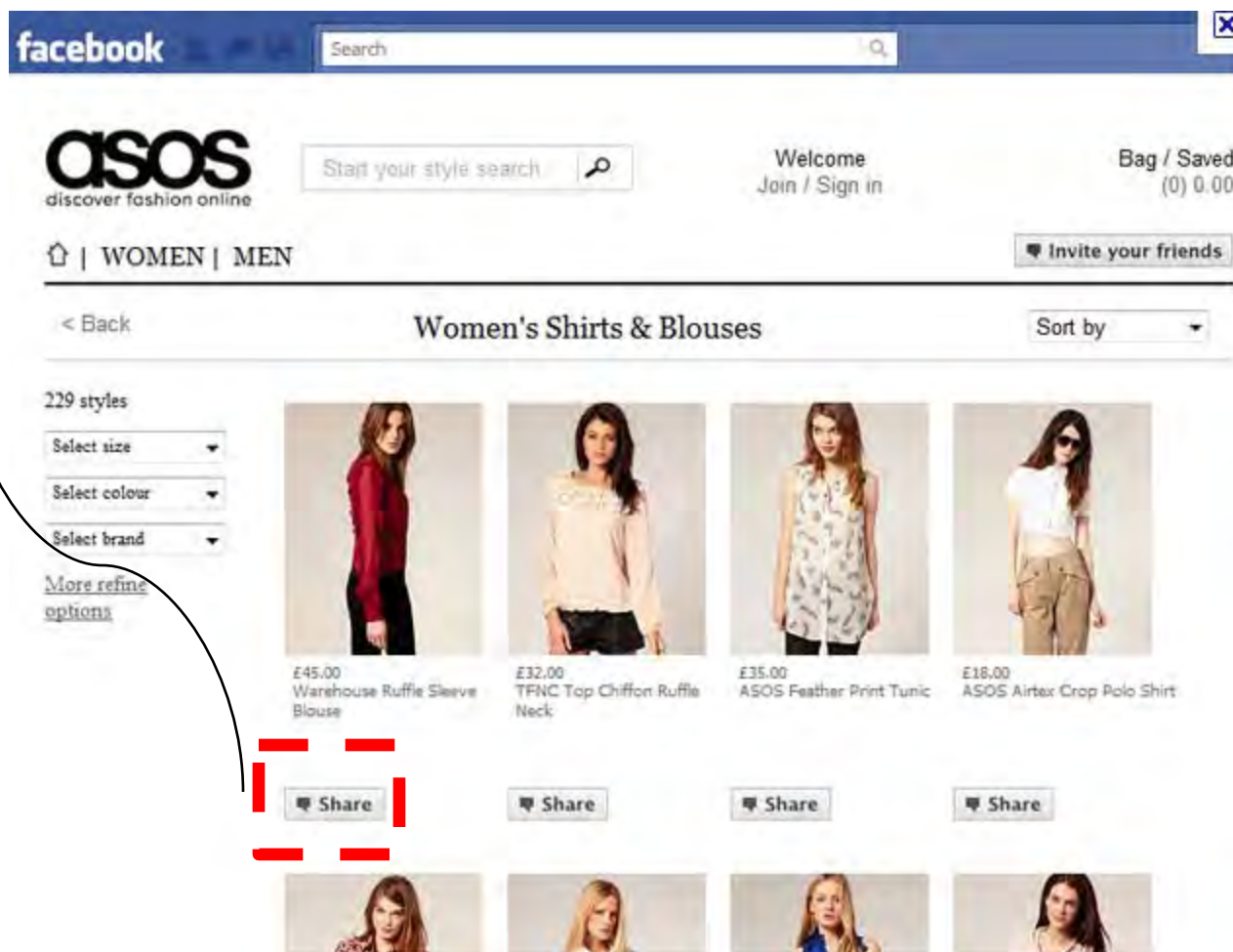


Asos: 首家在Facebook设立电子零售平台的欧洲时装零售业者

- 访客不用离站，便可采购这家公司库存总共15万件产品

- 可以把商品的照片贴到涂鸦墙上，让朋友也能对你想下手的目标发表高见

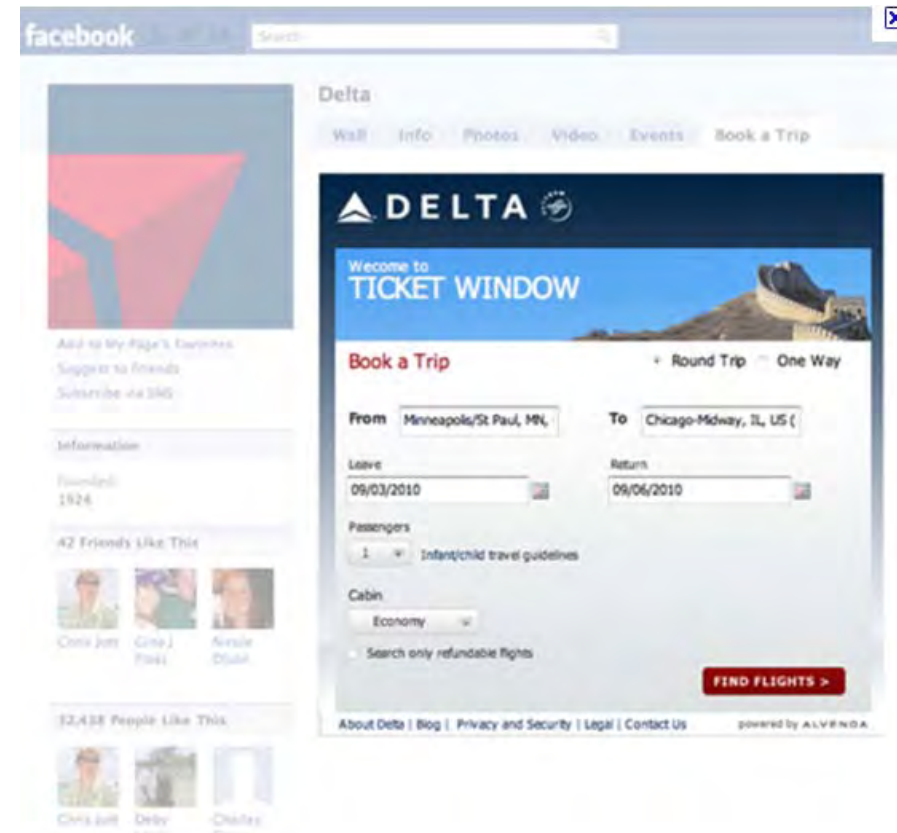
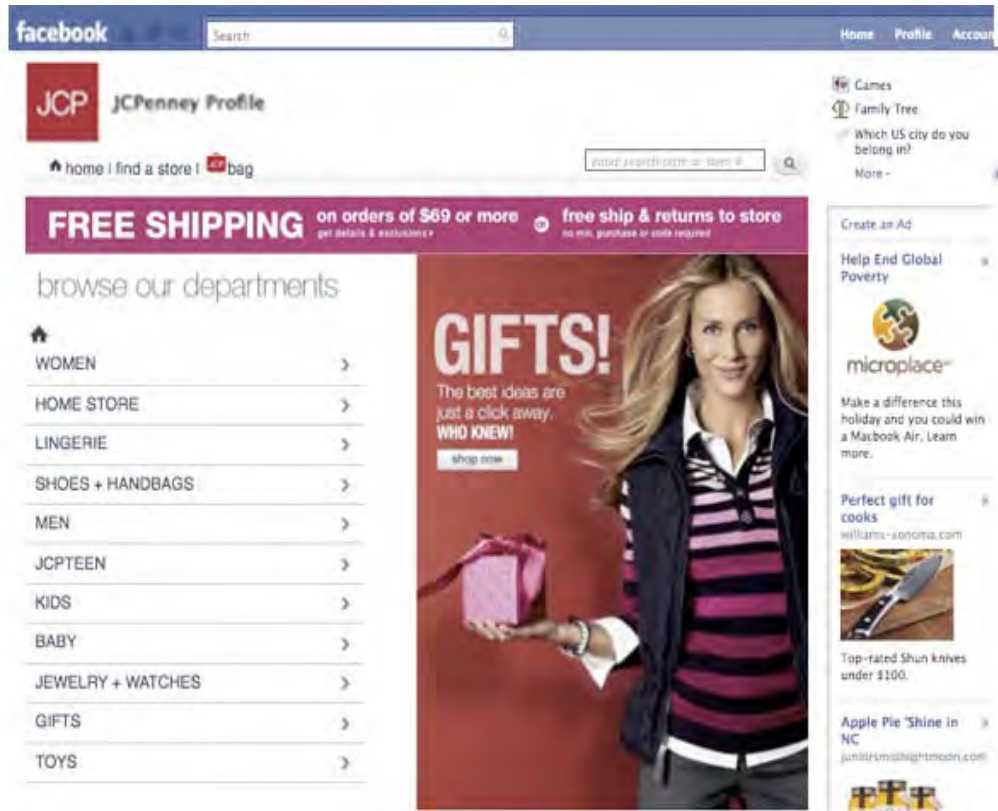
- Asos的消费群也包含美国、德国与法国，2010年12月透过行动装置的消费总额仅150万美元，约占整体营收3%





JC Penney与Delta Airlines 已经设立Facebook在线商铺

- 麻州国际数据信息 (IDC) 指出, 未来3到5年内, 已开发国家中10%至15%的消费支出可能会透过脸书等社群网站进行
- EBay预估, 今年全球行动销售额将倍增至40亿美元

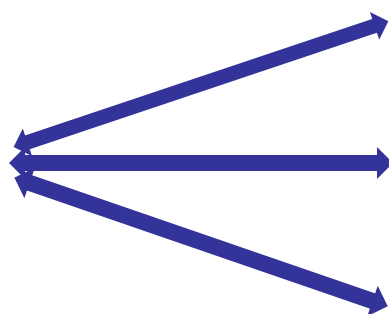


在facebook花费的时间还在增长

THE F-FACTOR | 消费者越来越多的从自己社交网络上的好友，粉丝那里去发现，讨论及购买产品与服务。消费行为正在变得越来越复杂

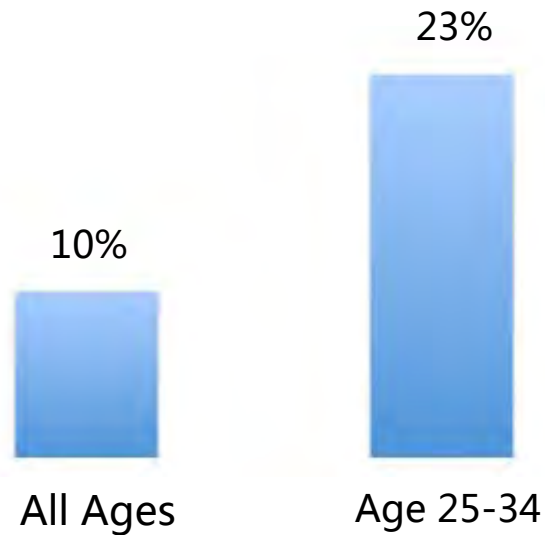
每月，超过500 million用户花费700 million分钟在facebook

250 million用户通过访问 2.5 million websites

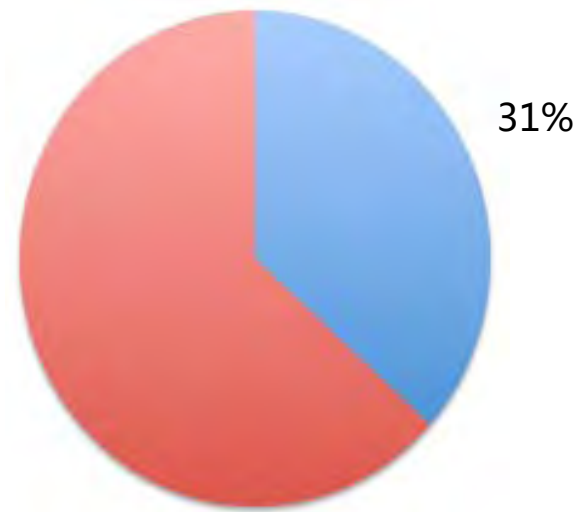


社交网络对于购买决策越来越重要

寻求购买建议的百分比



31% 每日Twitter 用户问其粉丝关于产品与服务的建议



用户通过社交网络的用户推广可获得很好的销量提升

75% of Facebook 用户都“喜欢”某个品牌

平均每个facebook用户每月点击“喜欢”按钮9次



在增加了SNS的分享功能后，Juicy Couture's 的购买转化率增长了160%

Epson在增加了用户评论的功能后，购买转化率增长了60%



160%



68%





市场广告: 为什么Facebook对品牌如此重要? 越来越多的公司采用社会化媒体营销

Facebook Open Graph在2010/4开始, 允许其他网站在任一页面嵌入“Like”按钮。截至2010/12, “likes” 平均每天被点击20亿次 (每个用户3.3次)。

Facebook's 的按钮在世界前1000网站覆盖率为33%, Twitter's 20% and Google's 25%. (wsj.com)

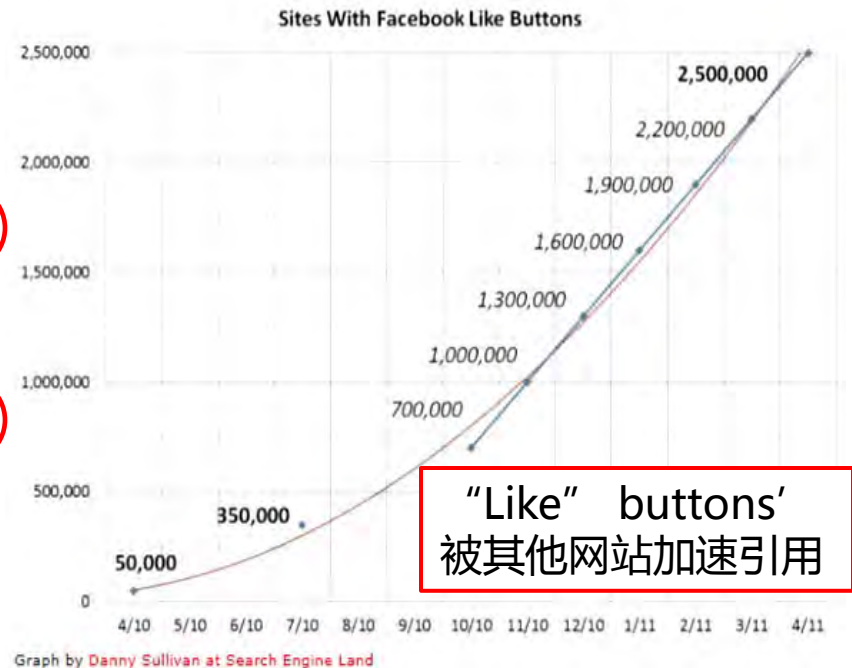
最成功的市场营销方式是线上线下一体化整合

Fortune Global 100 Companies that Use Select Social Media, by Region, 2010 & 2011
% of respondents

	US	Europe	Asia-Pacific	Total
2010				
Twitter accounts	72%	71%	40%	65%
Facebook fan pages	69%	52%	40%	54%
YouTube accounts	59%	52%	35%	50%
Blogs	34%	25%	50%	33%
2011				
Twitter accounts	72%	83%	67%	77%
Facebook fan pages	72%	57%	50%	61%
YouTube accounts	56%	60%	44%	57%
Blogs	44%	28%	44%	36%

Note: n=100; or other similar regional/local social media platforms
Source: Burson-Marsteller, "The Global Social Media Check-up 2011," Feb 15, 2011

2011年, 61%的财富100强企业有Facebook 页面, 2010年为 54%





为什零售商希望出现在facebook上?

Reason 1) 用户上网行为在转变Shift in user' s online activities

From从2009年到2010年, 社交网络的使用增长了43%, email与门户的访问下降了20%与20%

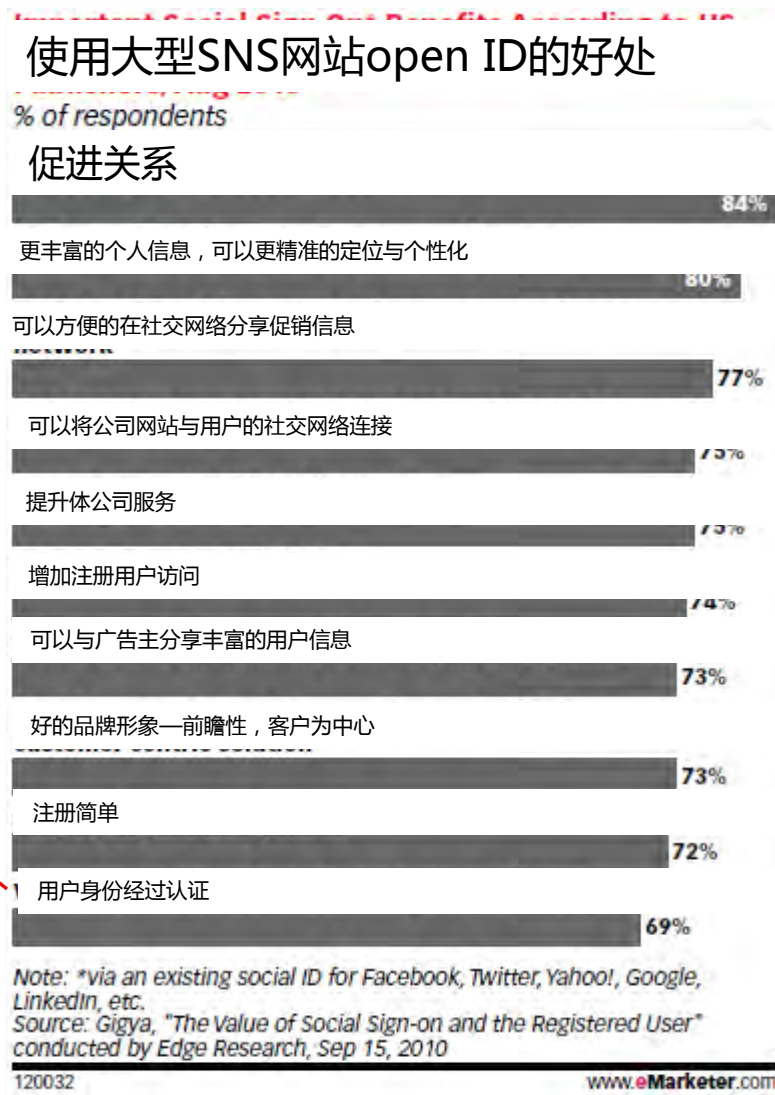
Reason 2) 很多机会, 很好的效果与收益

Top 3 benefits:

1. 可以与消费者建立更深入的关系 (84%)
2. 可以收据数据, 并更好的定位目标客户 (80%)
3. 把好友关系变成营销渠道 (77%)

甚至, Facebook正在更多的被用作产品质量查看网站. 用户进入facebook的登录零售商页面查看评论, 由于采用实名制, 评论更可信

但负面效应是如果消费者拒绝使用facebook会遭到投诉(Trover and GetAround got punished).





市场人员怎样使用facebook?

研究显示, 36%自愿点击“like”按钮的用户, 更有强购买该品牌的意愿, 并更愿意推荐给自己的朋友 (用户的喜好与行为相符).

但是, “Likes” 并不等于绝对会产生购买,

怎样把 “Likes” 变成持续的购买与忠诚度?

公司需要用有趣的帖子, 互动刺激其粉丝, 培养社区, 并回馈顾客
否则, “Likes” 功能会被很快遗忘, 失去推广的机会

全世界大公司营销总监针对社交网络营销效果的反馈

	2010	2011
Site traffic	68.0%	68.0%
Conversion	32.6%	65.7%
Number of fans/members	59.4%	62.9%
Number of positive customer mentions	52.6%	62.9%
Number of contributors	42.9%	50.3%
Revenues	29.1%	49.7%
Number of page views	50.9%	43.4%
Number of posts	40.0%	42.3%
Number of mentions	41.1%	41.1%
Average order value	22.3%	23.4%
Reduced returns	12.0%	16.0%
Increased channel sales	4.0%	14.9%

各品牌在facebook上各种促销方式使用比率

征集粉丝故事	82%
向粉丝开放评论版	79%
积极回应粉丝评论	66%
征集粉丝相片	39%
在线趣味调查	39%
促销内容	33%
市场问卷调查	32%

Note: n=84 official Facebook pages; *based on Interbrand's "Best 100 Global Brands" report
Source: WONGDOODY, "Facebook Global Best Practices," Feb 22, 2011

用户衡量市场效果的转化率, 正面口碑, 收入具有增长



怎样留住用户？

品牌页面如何获得用户喜欢？

一个成功的facebook品牌页面需要好的内容，并且让用户可以获得益处。

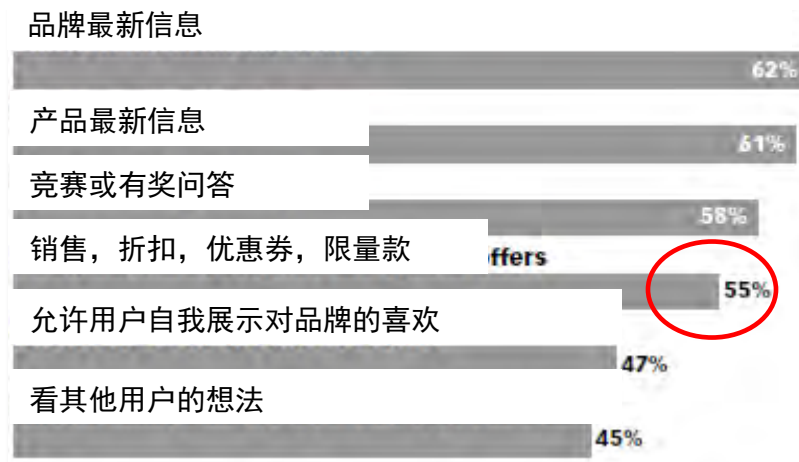
帖子需要鼓励评论及分享

鼓励用户参与的四种方式:

- **提问** 提问测试等方式，让用户思考
- **讨论**，特别是针对用户喜欢的商品
- **内部消息**如新产品信息
- **给予回应** 让用户知道你在倾听

品牌页面如何获得用户喜欢？

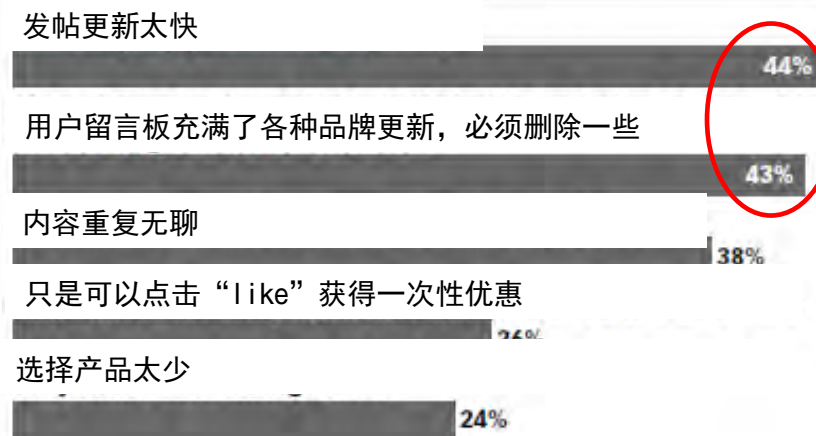
针对facebook用户调查，领先品牌页面应具有的功能



大部分“Like”功能是对品牌喜欢的一部分，获得折扣并不是最重要的环节

用户不喜欢品牌页面的原因

% of respondents



大部分不喜欢是由于垃圾广告



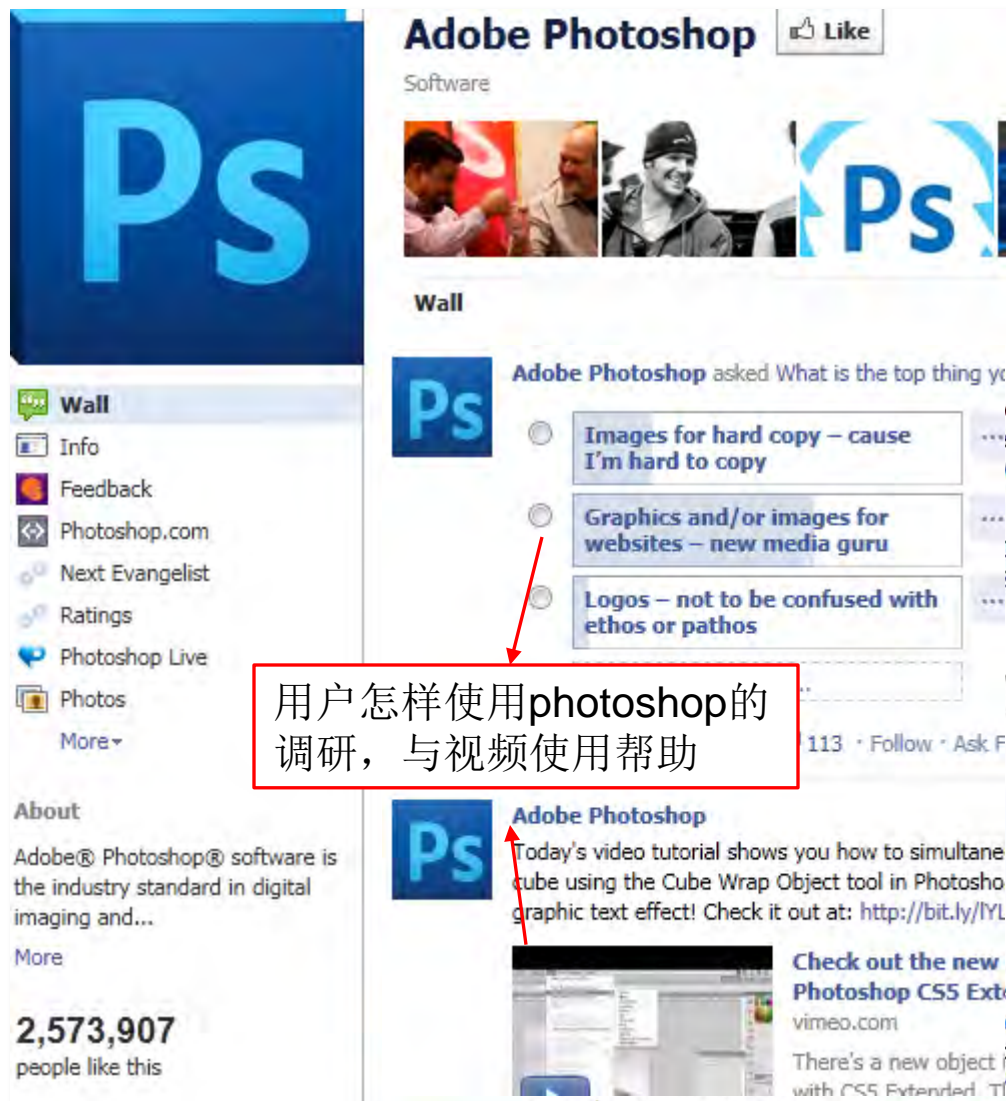
案例分析: Adobe Photoshop

不同于其销售市场战略, Adobe的facebook页面其目的是与用户交流, 。

为了保持其不含广告色彩的纯粹的与用户交互, 由Adobe的产品管理团队来运营, 他们发布内部消息, 问答活动, 小贴士, 使用教程, 他们相信这样可以使其页面对用户来说更有趣

结果: 两年内其页面获得了2.3M “likes”, 很多贴子的评论都超过3000 粉丝们在看过其制作的视频使用帮助后会上传自己的作品

通过有趣的提问, 最新内部信息, 及最用户的尊敬, Adobe 成功的利用facebook与用户进行了很好的沟通



用户怎样使用photoshop的调研, 与视频使用帮助



给市场人员运营Facebook页面的几点建议

- **Facebook已经成为了在线营销的重要组成部分**- 运营facebook页面已经变得像运营公司网站一样重要
- **允许用户建立社区**- 只发布用户会感兴趣的帖子，并允许用户自由讨论 (Clarisonic' s 与公益组织合作可以保持用户忠诚度并乐于传播)
- **“Like” 只是开始，优惠券仅是一种短期促销活动**- FB页面并不是短期的战略. 从 “Like” 到优惠券，可以促使用户消费，并再次访问FB页面，但这样做会导致只有再次发布新的优惠时用户才会回来
- **打造一个整体在在线市场营销策略**- 不要遗忘除FB之外的其他社区. 其他网站的社区文化可能不同，但仍然需要品牌投入资源关注. 可以考虑由专人负责整个互联网上不同平台间的社交网络信息发布