

# 2017-2023年中国招聘O2O O行业分析与发展方向研究报告

## 报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

[www.chinairr.org](http://www.chinairr.org)

## 一、报告报价

《2017-2023年中国招聘O2O行业分析与发展方向研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.chinairr.org/report/R04/R0401/201711/13-243827.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: [sales@chyxx.com](mailto:sales@chyxx.com)

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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、说明、目录、图表目录

报告目录：

### 第一章 O2O发展概述

#### 第一节 O2O的相关概述

一、O2O的基本概念

二、O2O模式的发展

三、O2O营销的特点

四、O2O的优势分析

五、O2O模式的多元化

#### 第二节 O2O营销模式分析

一、O2O的广场模式

二、O2O的代理模式

三、O2O的商城模式

#### 第三节 O2O营销主要方式

一、体验营销

二、直复营销

三、情感营销

四、数据库营销

#### 第四节 中国城市O2O发展水平分析

一、各线城市O2O发展水平

二、各经济带O2O发展水平

三、重点城市O2O发展水平

四、用户群体应用水平研究

## 第二章 互联网环境下招聘行业的机会与挑战

### 第一节 “互联网+”的相关概述

一、“互联网+”的提出

二、“互联网+”的内涵

三、“互联网+”的发展

四、“互联网+”的评价

五、“互联网+”的趋势

## 第二节 互联网环境下招聘行业的机会与挑战

### 一、互联网时代行业大环境的变化

### 二、互联网直击传统行业消费痛点

### 三、互联网助力企业开拓市场

### 四、电商成为传统企业突破口

## 第三节 招聘电商需要解决的难题和挑战分析

### 一、线上与线下博弈问题分析

### 二、物流与客户体验问题分析

### 三、引流与流量转化率问题分析

## 第四节 互联网环境下招聘行业的改造与重构

### 一、互联网重构行业的供应链格局

### 二、互联网改变生产厂商营销模式

### 三、互联网导致行业利益重新分配

### 四、互联网改变行业未来竞争格局

## 第五节 招聘与互联网融合创新机会孕育

### 一、电商政策变化趋势分析

### 二、电子商务消费环境趋势分析

### 三、互联网技术对行业支撑作用

### 四、电商黄金发展期机遇分析

## 第三章 招聘行业市场规模与电商空间预测

### 第一节 招聘市场发展现状分析

#### 一、招聘行业产业政策分析

#### 二、招聘行业发展现状分析

#### 三、招聘行业市场规模分析

#### 四、招聘行业重点企业分析

#### 五、招聘行业市场竞争格局

### 第二节 招聘行业发展前景预测分析

#### 一、影响行业发展有利因素

#### 二、影响行业发展不利因素

#### 三、招聘市场前景预测分析

### 第三节 招聘电商市场规模与渗透率

一、招聘电商总体开展情况

二、招聘电商渠道渗透率分析

第四节 电商行业未来前景及趋势预测

一、招聘电商行业市场空间测算

二、招聘电商市场规模预测分析

三、招聘电商发展趋势预测分析

第四章 O2O模式的发展及主要类型

第一节 导流类O2O模式

一、团购

二、导航

三、APP入口

四、单品爆款

第二节 整合类O2O模式

一、线上线下整合

二、电子商务化

三、统一云收银

四、全渠道零售

第三节 体验类O2O模式

一、免费Wi-Fi

二、社区店

三、生活方式

四、1小时急达

第四节 定制类O2O模式

一、产品定制

二、按月订购

三、私人定制

四、众包定制

第五节 社交类O2O模式

一、社交矩阵

二、全民营销

三、粉丝自媒体

#### 四、口碑点评

#### 第六节 平台类O2O模式

##### 一、通用积分平台

##### 二、优惠券平台

##### 三、价值链平台

##### 四、开放平台

### 第五章 招聘行业O2O商业设计及实施方案

#### 第一节 招聘行业O2O设计核心

##### 一、O2O设计核心策略

##### 二、O2O设计核心特点

##### 三、O2O设计核心趋势

##### 四、O2O设计核心范围

#### 第二节 招聘行业O2O蓝图规划

##### 一、O2O业务蓝图规划

##### 二、O2O技术蓝图规划

##### 三、O2O平台方向规划

##### 四、O2O蓝图突出要点

#### 第三节 招聘行业O2O设计要点

##### 一、O2O模式产品设计

##### 二、O2O模式服务设计

##### 三、O2O模式交互设计

##### 四、O2O模式全渠道设计

##### 五、O2O模式体验店设计

##### 六、O2O模式促销体验设计

#### 第四节 招聘行业O2O模式实施方案

##### 一、电子商务化阶段

##### 二、精细化运营阶段

##### 三、客户体验阶段

##### 四、口碑推荐阶段

##### 五、开放平台阶段

#### 第五节 招聘行业O2O模式金融方案

- 一、O2O金融流程概述
- 二、O2O金融解决方案
- 三、O2O金融业务案例

## 第六章 招聘行业O2O模式场景设计

### 第一节 招聘行业O2O活动场景基础

- 一、客户细分
- 二、客户接触点
- 三、客户生命周期
- 四、客户体验

### 第二节 招聘行业O2O活动场景要素

- 一、O2O活动场景要素
- 二、O2O活动场景结构
- 三、O2O标准活动场景
- 四、O2O活动场景设计

### 第三节 招聘行业O2O活动场景模式

- 一、爆款模式
- 二、专场定制模式
- 三、新品宣传及预售模式
- 四、关联产品销售模式
- 五、消费者参与模式

## 第七章 招聘行业O2O营销推广策略分析

### 第一节 O2O移动电商切入--微商城运营

- 一、微商城商户接入流程/要求
- 二、微商城商户接入资费标准
- 三、企业如何开发运营微商城
- 四、企业微商城运营风险分析
- 五、企业微商城推广策略分析

### 第二节 O2O营销推广---APP开发营销策略

- 一、APP营销的特点与价值
- 二、企业APP营销背景分析

三、APP体系功能策略方向

四、APP营销创意路径分享

六、APP用户体验设计技巧

六、如何找准APP目标客户

七、APP推广的技巧与方法

八、APP如何提升运营效果

### 第三节 O2O营销推广---二维码营销策略

一、二维码基本定义及分类

二、二维码与移动营销应用

三、二维码O2O模式应用类型

四、二维码O2O模式应用实例

五、二维码会员制营销策略

### 第四节 O2O营销推广---微信营销战略

一、微信功能概述及营销价值

二、微信用户行为及营销现状

三、微信的主要营销模式分析

四、微信营销的步骤方法与技巧

五、微信营销优秀案例详解

六、微信营销效果的评估标准

### 第五节 O2O营销推广---微博营销战略

一、微博营销的特点与价值

二、微博用户行为营销现状

三、微博营销的策略与技巧

四、微博营销优秀案例详解

五、中小企业微博营销对策

六、微博营销风险应对策略

## 第八章 移动支付助力招聘行业O2O发展

### 第一节 移动支付产业发展现状

一、移动支付产业的发展历程

二、影响移动支付发展的因素

三、移动支付产业的发展特征



## 第二节 移动支付产业链结构分析

### 一、移动支付产业链简介

### 二、移动支付产业链构成

### 三、移动支付产业链特征

## 第三节 移动支付发展规模分析

### 一、移动支付行业用户规模分析

### 二、移动支付行业市场规模分析

### 三、移动支付行业市场容量预测

## 第四节 移动支付用户消费调研分析

### 一、移动支付用户区域分布情况

### 二、移动支付用户手机操作系统

### 三、移动支付用户使用手机支付方式

### 四、移动支付用户认知程度分析

### 五、消费者移动支付额外成本接受度

## 第五节 中国移动支付用户调研结果分析

### 一、影响用户使用移动支付的关键因素

### 二、移动支付用户交易支付方式分析

### 三、移动支付用户期待使用支付方式

### 四、移动支付服务用户认为需做改善

## 第九章 招聘行业O2O应用模式及案例分析

### 第一节 企业A

#### 一、企业产品及发展现状

#### 二、企业O2O商业模式分析

#### 三、企业O2O模式核心资源

#### 四、企业O2O模式客户细分

#### 五、企业O2O模式合作伙伴

#### 六、企业O2O模式运营策略

### 第二节 企业B

#### 一、企业产品及发展现状

#### 二、企业O2O商业模式分析

#### 三、企业O2O模式核心资源

四、企业O2O模式客户细分

五、企业O2O模式合作伙伴

六、企业O2O模式运营策略

### 第三节 企业C

一、企业产品及发展现状

二、企业O2O商业模式分析

三、企业O2O模式核心资源

四、企业O2O模式客户细分

五、企业O2O模式合作伙伴

六、企业O2O模式运营策略

### 第四节 企业D

一、企业产品及发展现状

二、企业O2O商业模式分析

三、企业O2O模式核心资源

四、企业O2O模式客户细分

五、企业O2O模式合作伙伴

六、企业O2O模式运营策略

### 第五节 企业E

一、企业产品及发展现状

二、企业O2O商业模式分析

三、企业O2O模式核心资源

四、企业O2O模式客户细分

五、企业O2O模式合作伙伴

六、企业O2O模式运营策略

## 第十章 招聘行业O2O市场机遇及前景分析（ZY LII）

### 第一节 招聘行业O2O市场机遇及挑战

一、招聘行业O2O模式优势分析

二、招聘行业O2O模式劣势分析

三、招聘行业O2O模式发展机遇

四、招聘行业O2O模式面临威胁

### 第二节 招聘行业O2O模式潜力指标分析

- 一、恰当的使用频率
- 二、运营推广的能力
- 三、线下商务谈判能力
- 四、匹配的服务能力
- 五、O2O商业化的设计

### 第三节 招聘行业O2O模式选择及前景分析

- 一、招聘行业O2O模式切入点寻找
  - (一) 客户基数大领域
  - (二) 客单价高的领域
  - (三) 高频率单价领域
- 二、招聘行业O2O运用团队组成
  - (一) 产品及技术人才建设
  - (二) 线下团队营销推广实施
- 三、招聘行业O2O模式的选择及前景
  - (一) 招聘行业O2O模式的选择 (ZY LII)
  - (二) 招聘行业O2O盈利模式构建
  - (三) 招聘行业O2O运营前景分析

#### 图表目录：

- 图表 O2O的定义
- 图表 O2O模式简介
- 图表 O2O发展阶段分析
- 图表 O2O产业结构图
- 图表 O2O应用分布情况
- 图表 O2O市场细分领域
- 图表 各线城市发展水平评估
- 图表 各经济带发展水平评估
- 图表 重点城市发展水平评估
- 图表 用户群体应用水平研究
- 图表 2012-2016年中国O2O市场规模分析
- 图表 2012-2016年招聘O2O市场交易规模趋势图
- 图表 2017-2023年招聘O2O市场交易预测趋势图

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R04/R0401/201711/13-243827.html>