

智能wifi软件源码开发 wifi广告机

产品名称	智能wifi软件源码开发 wifi广告机
公司名称	广州市创赢电子产品有限公司
价格	面议
规格参数	
公司地址	广州市番禺区市桥创意园市科技大厦401-410
联系电话	020-39259111 13600009946

产品详情

wifi开发哪里强，中国广东找创赢！

产品名称：智能wifi软件开发

产品价格：8000

关键词：智能wifi 智慧wifi、广告wifi、wifi吸粉、wifi广告机、免费wiif、无线广告、wifi软件开发、wifi软件源码

产品特点：wifi营销，亿万自媒体市场, 简单操作，展现广告, 全行业方案支持, 无线营销，无限可能, 开创无线营销新时代！

语言环境：本软件由java php双语言开发支持windows server 2008+2003服务器+php+iis管理+mssql2008-*86 + .net framework 3.5运行环境，前台程序可支持win7,xp,linux系统。运行分环境.net framework 4.0，可支持功能定制

联系我们：

统一电话：400 992 1182

投诉建议：020-39259111

传真电话：020-39259111

公众平台：gzcykj08

创赢微店：<http://wd.koudai.com/?userid=215595742&wfr=qfriend>

淘宝官网：<http://cykj168168.taobao.com/>

微商平台- 官网<http://www.wsw186.com>

创赢wifi- 官网<http://www.wdy888.com>

创赢产品展示- <http://www.p2p186.com>

企业地址：广州市番禺区市桥创意园市科技大厦401-410

产品简介：

wifi是现在互联网使用频率最多的一个词，我们闲走在大街上，随处可见wifi字样或无线信号图样式，以前是kfc、麦当劳等地有公共wifi网络，现在很多酒吧、饭馆、甚至超市都有免费wifi使用，这得益于智能手机、平板电脑越来越多地走进人们的生活，wifi已经成为了一个常见的字眼，而很多人却纳闷了，wifi到底是什么呢？用大家都能听懂的话说，wifi就是无线上网的意思。如果您的手机支持wifi上网，那么如果再有一台无线路由器，那么手机在室内一定范围内就可以无线上网了。一般情况下，wifi的半径大约为95米，但是会受障碍物的影响。

在软件入口争夺之后，大大小小的互联网公司开始将移动互联网的入口争夺的重心开始转向硬件。无论是极路由的高估值也好，还是小米做wifi也好，无疑都在显示wifi在移动入口争夺中的拥有十分重要位置。

不过，这种争夺可能还尚未成型，以创赢为代表的商用wifi就已经在o2o领域中开始大规模应用，并在线下零售的实践中清晰的描绘出了商业思路。这样的商用wifi会成为传统零售“翻身”的之一吗？

用更为通俗的话来说，商用wi-fi就是商用无线路由器。它对应的是无线路由器在家用、商用、企业用这三个场景其中的一个。

如果说2007年是商用wi-fi开始在国内出现的时段，那么今年其竞争已趋于白热化，这是因为移动互联网的热潮。

那么，提到电子商务o2o，就不得不提到商用wi-fi的创业想象。

本店有wi-fi提供

现在在多数咖啡馆或者餐厅，抑或是商场等地方铺设wi-fi，商家除了满足消费者的上网需求之外，也企图延长消费者的停留时间，也就是用提高用户体验来做营销。

消费者可以使用免费的wi-fi来进行娱乐或者消磨时间，是商用wi-fi最为基础的一个功能。

在创办创赢之前，张毅曾在软件公司工作，他做过开放平台，在卖家中心、类目、3c、阿里软件、b2b和bcub都工作过。他记得当时自己研究过一款app，在数据分析中看到，每当月初，该软件的访问量最高，

月末最低，每个月情况都差不多。后来他发现，这是由于用户月末时手机流量不足造成的。

这让他开始关注wi-fi。当时的无线路由器家用市场被tp-link和d-link这两大品牌占据，企业用市场因为技术含量高、门槛高而不能轻易进入，于是商用市场成了创业合适的选择。

创赢的第一个产品，经过三个月写出来的程序。最开始和其他一些商用wi-fi公司一样，只是把自己的程序强制刷到家用路由器上面，这样仅能满足上网的需求。为了推广这个初期产品，创赢和他的团队采取地面作战的方式，在广州对一家一家商家进行推广。

但实际上，拼凑出来的系统，在真正需要运营一个一定规模的网络时很容易崩溃。再加上后期的维护问题很多，成本也居高不下，因此创赢他们开始更新自己的硬件。

基于原生路由器顶层构建自己的软件，创赢是实际意义上软硬一体的厂商。这和2007年就打入商用wi-fi市场的迈外迪有着角色上的不同。正因如此，他们在模式上也有着迥异的地方。

商用wi-fi商业变现的两种模式

对于互联网入口流量的争夺，从来不讲究先来后到。而作为各种终端接入互联网的路由器端口，以前也不曾被人注意。

当初许多类似迈外迪的商用wi-fi产品，只是一个单纯的应用，基本通过刷机的方式把软件刷上去实现基础功能。在消费者端，用户可以通过手机登录认证的方式连接上网络，或者询问店里的服务员要wi-fi密码，才能连接到网络。

这种初期的产品，最容易实现的就是用入口广告来将流量变现。

通俗点来说，假设某个咖啡馆铺设了wi-fi，那么消费者在咖啡馆内使用商家的wi-fi，手机就进入了wi-fi的登录页面。这个登录页面上面可能会有一个全屏广告，或者其他文字广告。而出售这个商用wi-fi的商家，就是靠拉拢广告商，卖入口广告赚钱。

这基本就是商用wi-fi利用流量变现的价值所在，但他们面临一个问题：会被热点绑架。倘若没有铺设足够多的热点，那就没有流量，没有流量就意味着没有广告商会青睐。

所以商用wi-fi的很多商家，为了能够铺设更多的热点，有时候会将自己的产品免费送给店家使用。

这也是迈外迪最初实现盈利的方式。但它本身具有媒体属性，需要的是广告展示，所以产品对市场的挖掘是以媒体角度来看待的。这就造成消费者在使用店家提供的wi-fi时，看到的广告与消费者本身，或者所处的地理位置等没有任何关系。也就是说，商家只是迈外迪的渠道商，而广告商才是他们的服务对象。

与迈外迪不同的是创赢是销售软硬件一体的厂商，这个厂商的属性使得赖杰在销售自己产品时更多考虑了直接客户的需求。所以他的产品和当前商家有关，是服务于当前商家的。这是创赢与同类产品在角色上的第一个不同，这样至少不会因为热点过少而发展受阻。

最早出现的商用wi-fi，莫过于星巴克的免费wi-fi，但从目前的用户使用角度来看，它的认证页面简单，没有多余功能，实际还是原始的wi-fi铺设。如果将焦点转到使用wi-fi的当前商家和消费者身上，就会发现其实有些东西很有趣。

和同类产品不同的第二点在于，创赢售卖的是一整套解决方案。它的商用无线路由器升级换代了四次，在迭代过程中所开发出的产品带有各种不同的功能，这些功能中最为首要的便是提供给当前商家一个自有营销渠道。

这听上去很简单，实际是免去了询问服务员要wi-fi密码的过程。消费者在铺设了wi-fi的店里登录时，可以选择用微信或者微博账号登录。这个方式迈外迪也曾经用过，消费者可以选择微博账号登录，但出发点只是为了方便消费者；而创赢所期望的是，这样可以让消费者关注店家的微博或者微信。

移动互联网时代，手机端的互动更趋向于微信、来往等社交工具。商家无法让自己的消费者与自己投放的传统广告有直接互动，但可以通过这个所谓“生存需求”的wi-fi来完成互动的第一步。

这种wi-fi的登录方式是一个业务功能，但实际上还有更多延伸。有些商家会把wi-fi当作入口来推业务，有的是推下载，有的推团购。这些都是基于当前商家的需求，而创赢只是技术解决的提供者。

这种功能，最为基础的就是，使用创赢无线路由器的商家能够在后台就完成自己想要的营销推送，从而形成不同的产品。

但这仅仅只是业务功能上的各种实现，实际商用wi-fi的创业想象在于路由器所抓取的各种数据。