

中国联通举办“第四届5·17网购节” 全场狂欢1折起 在网越久越实惠



5月12日,中国联通正式宣布将于5月15日至5月21日在世界电信日之际举办“第四届5·17网购节”。中国联通已连续三届举办网购节,受到用户的广泛好评。本届网购节最大的亮点是回馈老用户,在网越久的老用户享受越多的优惠,主要的优惠有10元可购买1G全国流量包;指定中高端机型仅需99元。本届网购节以中国联通手机营业厅客户端为主平台。

回馈老用户,凸显网龄价值

本届5·17网购节的最大亮点是回馈老用户,在网越久的老用户享受越多的优惠。本次对老用户开放的活动产品有原价120元一年期的4G存费送费/存费送业务合约、原价100元的1G全国流量半年包和4G存费送机合约等。

以往用户需要预存120元才能购买的4G全国套餐存费送费/存费送业务合约产品,在此次活动中,入网三年及以上的用户仅需预存1元,就能在1年内获得240元话费或5.8G全国流量或2400分钟的赠送。入网两年及以上、一年及以上的用户分别预存36元、60

元,即可享受相同的话费及业务量赠送。

如用户购买4G存费送机合约,2012年12月31日前入网的用户,最低仅需预存99元,即可抢购iPhone5s等7款热销机型。2013年12月31日前入网的用户,可以最低预存99元抢购中兴V5S等3款千元机型。

此外,此次活动还加入了中国联通新上线的小额消费信贷产品“零零花”,符合“零零花”信用要求的中国联通老用户,即可在线申请消费额度,购买指定终端享受“0首付、0利息、0手续费”专属金融服务。

挖掘大数据,实现千人千面

据介绍,与以往“千人一面”的活动展现形式相比,本届5·17网购节活动运用大数据手段进行精准营销,根据用户的消费行为特征为用户匹配个性化产品及优惠政策,实现“千人千面”的页面展示效果,给用户带来全新购物

体验。

在本届5·17网购节正式开幕前,中国联通还推出了“沃的移动互联生活”个性化账单活动,通过分析用户的行为数据,展示用户个性化的移动互联生活,让老用户们感受到中国联通带来的关怀。

基于新媒体,合体抢流量

本届5·17网购节的另一大亮点是“合体抢1G流量”活动。

不同在网时长的中国联通用户在购买原价100元的1G全国流量半年包时有不同的优惠,入网三年及以上的用户可以享受10元的最优惠价格,而入网两年及以上和入网一年及以上分别需要50元和60元的价格。

值得一提的是,活动期间,入网三年以下的中国联通用户可通过微信等社交媒体转发方式,邀请其他中国联通用户进行在网时长合并,要特别强调的是,在网时长合并后被邀请用户的在网时长自动计入用户在网时长中,即可享受本次活动相应的流量半年包优惠。

创新O2O模式,线上线下优惠同享

为了让用户享受更为便捷的购物体验,本届5·17网购节推出了“线上预约线下办理”的中国联通老用户专属服务。用户在中国联通手机营业厅客户端下单时可选择预约到营业厅进行办理。预约成功后系统将给用户发送预约成功短信,用户可凭预约成功短信,在指定时间去营业厅办理,优惠力度与线上相同。此外,用户在营业厅只需通过中国联通手机营业厅客户端“扫一扫”功能,扫描活动页面上或活动海报上的二维码即可参与网购节各项优惠活动。

据了解,自2012年以来,中国联通已连续三年在“5·17电信日”举办

网购节,由中国联通首创的5·17网购节已成为一个品牌,得到了其他运营商及虚拟运营商的响应。由于此次活动主活动平台为手机营业厅客户端,广大用户可提前下载好手机营业厅客户端做好准备,下载地址:<http://info.10010.com/database/client-download/index.jsp>

中国联通秉承互联网先进理念,务实创新,7年间在电子商务领域从零起步、迅猛发展,为广大用户提供了更加便捷的服务,同时,推动了公司营销、服务、管理的深度转型。中国联通电子商务保持了高速增长的态势,2014年营业额突破700亿元,服务量占比超过65%。

江苏有线 雨媒体 JSCN 江苏有线

告别卡顿 告别模糊

全民享宽带 “大”提速
全家看有线 “真”高清

活动时间: 2015年4月8日-6月30日

20M广电宽带, 699元、500元……最低仅100元/年!

江苏有线南京分公司辖区范围内有线电视用户均可前往各营业厅
官方淘宝店或联系您的专属社区工程师办理

详情请拨打客服热线
96296