

文章编号: 1006-4354 (2009) 03-0046-02

# 浅谈短信气象服务发展

王云, 李强

(榆林市气象局, 陕西榆林 719000)

中图分类号: P49

文献标识码: B

随着全球气候变暖,各种极端灾害天气频发,气象短信凭借覆盖范围广、受众率高、发布及时便捷的特点,成为气象信息发布的主要渠道之一,为防灾减灾工作起到重要作用。陕西短信气象服务不断拓展,气象短信用户数量大幅增加,在发展过程中,有成功的经验,也有失败的教训。

## 1 短信气象服务的定位

气象事业是科技型、基础性社会公益事业,短信气象服务是公共气象服务的重要组成部分,不能以收费为唯一目的。尤其是遇有灾害性天气过程,短信气象服务应该从关注社会民生,关注生产安全入手,及时全网免费群发,把防灾减灾工作做到实处。坚决杜绝只给收费用户发送,而普通用户接收不到气象预警信号的事件发生,为构建和谐社会做出贡献。

## 2 短信气象服务发展模式

陕西短信气象服务从无到有,从小到大,期间取得许多成功经验。关键是要充分与通信运营商协调、沟通,让运营商明白短信气象服务既是利国利民的大事,又是互惠互利的实事。运营商推广经验丰富,营销渠道庞大,取得运营商的支持,短信气象服务发展比较容易。

### 2.1 通信运营商 KPI 考核

以榆林移动数据为例,2006年,短信气象服务属于移动公司 KPI 考核。2006年10月,移动用户 4.6 万户,2006年12月,移动用户超过 11 万户,短短 2 个月时间,净增长用户 6.5 万户;2007年,短信气象服务不属于移动公司 KPI 考核指标,2007年6月,用户 4.7 万户,半年时间用户

减少 6.4 万户。短信气象服务能否成为运营商 KPI 考核至关重要。但如果没有新增长点,即使短信用户发展到较高水平,由于自然退订、退网等原因,下滑速度非常快。

### 2.2 电话外呼

电话外呼是当前比较流行的营销手段,运营商许多核心业务都通过外呼发展,效果显著。陕西气象部门开展外呼有两种方式:一是自建平台外呼气象短信,如渭南、延安;另一种是与移动公司联合聘请专业外呼公司,如西安、榆林。自建外呼平台优点是营销成本小,渭南外呼成功一个用户只需要 0.3 元。缺点是需要一次投入数万元,外聘管理人员等问题;与运营商联合聘请外呼公司的优点是省心省力,不用处理投诉,发展快速。缺点是外呼成本较高,外呼成功一个用户需要付 1.5~3 元。两种方式都行之有效,2007年下半年开展外呼以来,渭南气象短信用户净增长 6 万余户,榆林气象短信用户净增长 9 万户。

### 2.3 捆绑营销

对新入网用户,通过签订合同的形式捆绑运营商核心业务,开通气象短信业务,在网 2 个月免费,第 3 个月开始收费,同时下发一条短信告知用户。2 个月免费培养用户良好使用习惯,有效减少用户投诉,防止用户流失。

## 3 短信气象服务发展注意事项

### 3.1 依法规范短信气象服务,统一短信气象服务出口

树立气象部门短信气象服务权威性,防止扰乱短信气象服务市场秩序。如果一个地区几个 SP

收稿日期: 2008-05-13

作者简介: 王云 (1978—), 男, 陕西子洲人, 学士, 从事气象科技服务。

同时经营短信气象服务，一旦发布的气象信息有所差异，不仅仅是市场竞争的问题，对气象部门的整体形象有极大负面影响。

### 3.2 加强短信气象服务宣传

短信气象服务宣传工作把握宣传时间和选择宣传媒体。宣传时间，考虑时段天气是否异常，是否遇有灾害性天气，是否将有社会重大事件等。这种时期公众对气象信息的需求增加，天气备受关注。如果加强宣传力度，会起到事半功倍的效果。气象短信宣传不适宜选择电视广告、报刊等大型媒体。墙体广告、公交车身广告等影响比较广，费用低廉，是理想的气象短信宣传媒体。还可以制作一些纸杯、小台历等放在运营商营业大厅，给前来办理业务的用户发放。最好的方式是遇有重要性天气过程，全网免费群发，即起到防灾减灾作用，又树立气象短信品牌。

### 3.3 注重气象短信内容编辑

一是内容生动、通俗易懂。短信内容不能千篇一律，尽量不出现专业术语；二是温馨提示、贴近生活。如预报明天有雷阵雨，内容编辑“温馨提示：打雷时请不要站在大树下和空旷处”，如报明天天气炎热，内容编辑“炎炎夏日，防晒防暑均重要，多饮绿茶有消暑解毒强心提神的功能”；三是适当增加气象科普知识和祝福话语。如春分节气，短信编辑“明天是春分，昼夜平分”，再如母亲节，短信编辑“明天是母亲节，祝愿天下所有的母亲健康幸福”；四是尽量专业化，精细化。不同人群对气象信息的需求不同。如搞运输的用户，所关注的是天气影响不影响到交通运输，而农民则关心天气对农业的影响。要求我们在短信用户分群和编辑上多下功夫，针对不同用户，气象短信编辑内容的侧重点有所不同。