



Mobilný marketing a trendy vo svete

Po predchádzajúcom úvode do sveta mobilného internetu a reklamy prinášame druhý diel zameraný na mobilný marketing a možnosti jeho využitia.

Katarína Šavelová,
RUonline

Čo si predstavíte pod pojmom mobilný marketing? Otravné esemesky od operátorov ponúkajúce služby, ktoré ani nepotrebuje? Nezúfajte, patríte medzi 95 % Slovákov.

Mobilný marketing (mobile marketing, m-marketing) sa na Slovensku dostal do popredia vďaka SMS marketingu, ktorý je jeho súčasťou. Počiatky SMS marketingu siahajú do čias, v ktorých začali niektoré spoločnosti zbierať telefónne čísla pre zasielanie reklamy. Mobilní operátori obsluhujú viac ako 5 miliónov zákazníkov (telefónnych čísel). Tento potenciálny trh však môžu firmy využiť na propagačné účely maximálne v oblastiach SMS, MMS či Bluetooth marketingu. V televízii sa často stretávame aj s SMS hlasovaním. Pokrok v podpore predaja svojich produktov urobil Dopravný podnik mesta Bratislava prostredníctvom mobile ticketingu. Zákazníci si napríklad môžu zakúpiť cestovný lístok prostredníctvom SMS cez svoj mobilný telefón.

Mobilný marketing vo svete

V ekonomicky vyspelých štátoch tento druh marketingu využívajú najmä inovatívne firmy ako jeden z hlavných distribučných kanálov. Ako hovorí René Pour, managing director spoločnosti First Mobile Affiliate, s. r. o., ktorá sa venuje tvorbe affiliate siete pre internet v mobiloch v USA, interaktivita ani súťaživosť nie sú výnimkou. „Predstavte si, že kráčate v nákupnom centre, keď vtom vás zaujme displejová reklama podnecujúca na akciu – na odfotoenie zľavového kupónu (čiarového kódu) vašim mobilným telefónom. V reklame je odkaz, ktorý motivuje návštevníkov nakúpiť tovar v nemenovanej predajni do 60 minút so zľavou 25 %. Dôležitá je kreativita a ochota skúšať nové distribučné kanály,“ vysvetľuje Pour. Takéto akcie môžete tvoriť vďaka Mobile couponingu (mobile ticketing) a v zahraničí už nie sú žiadnou výnimkou. Čoraz bežnejšími sa stávajú aj reklamy v podobe zľavových kupónov v dennej tlači, magazínoch či na reklamných letákoch. Predavačka v obchode vám

Mobile tagging



Medzinárodné hodnotenia užívateľov top v mobilnom marketingu

Príjem kupónov na mobil	16 %
SMS o zostatku na účtoch	14 %
Upozornenie na zľavy/akcie	13 %
Lokálny informačný servis	12 %
SMS súťaže/lotérie	10 %
Info o nových produktoch	10 %
Hry, zvonenia, tapety	10 %
SMS hlasovanie	8 %
Reklama produktov/služieb	7 %

odpočíta zľavnenú sumu vďaka preukázanému čiarovému kódu vo vašom telefóne, ktorý jednoducho zosníma bežným zariadením používaným v obchodoch. Trendom sú aj spotrebiteľské súťaže, kvízy a lotérie, do ktorých sa zaregistrujete prostredníctvom zaslanej SMS, vyplnením potrebných údajov na cieľovej stránke v mobilnom telefóne či použitím mobile taggingu (napr. Bee tagg). Mobile tagging je možné využiť aj pri spotrebiteľských súťažiach či kvízoch, keď užívateľ odfoťí mobilným telefónom správnu odpoveď. Vďaka detekcii obrázka sa potom mobilný telefón pripojí na vopred pripravenú mobilnú stránku, ktorá dáva možnosť so zákazníkom ďalej pracovať a motivovať ho na nákup. Azda najväčší boom vo svete majú mobilné aplikácie (špeciálne aplikácie pre iPhone). Aplikácie sa v Európe využívajú už aj vo verejnej doprave. Predstavte si cestovné poriadky, plánovanie cesty, informačný servis či možnosť kúpy cestovného lístka priamo v mobilnom telefóne.

Reklama na mobilnom internete

Odhady hovoria, že v roku 2013 sa bude na internet pripájať viac

užívateľov prostredníctvom mobilov ako cez klasické PC. Trendy v používaní mobilného internetu k nim čoraz viac smerujú. Rastúci trend v používaní má aj mobilná reklama. Google už dávnejšie predstavil inovatívny model PPC kampaní v mobilnom internete pod názvom Google Mobile Ads. Nevýhodou je, že ho zatiaľ môžete použiť len pri inzerovaní v niektorých krajinách (z okolitých krajín je to susedné Rakúsko a Poľsko). Pokiaľ plánujete penetrovať na trhy, ako sú USA, UK, Nemecko, Austrália, Čína, Japonsko, Rusko či Španielsko, je možné využiť výhody mobilných reklám, ktoré vám Google ponúka. Kompletný zoznam je možné nájsť na webových stránkach zákazníckej podpory Google Adwords. Inzerovať môžete vo forme textu či obrázka. Reklamy sa zobrazujú tak vo vyhľadávaní, ako aj v obsahovej sieti. Cieľiť sa dá aj na vybraného operátora, v tom prípade sa reklamy zobrazujú len užívateľom vami navoleného poskytovateľa mobilného internetu.

Výhodou nového mobile PPC systému sú relatívne nízke ceny za preklik a s nimi súvisiaca nižšia konkurencia ako na webe. Zelenú majú aj ďalšie medzinárodné ad siete či affiliate siete používajúce platobné modely CPC (cost pre click). Takéto služby poskytuje medzinárodné pôsobiaci Buzzcity. Výnimkou nie sú ani firmy špecializujúce sa na SEO (search engine optimization) pre mobilné stránky. V mobiloch sa vyhľadáva tak isto ako na webe. Mať webovú stránku optimalizovanú pre vyhľadávače sa určite vyplatí. Vzhľadom na zmiešané výsledky vo vyhľadávaní v podobe mobilných stránok a tých webových je dobré zobrazovať sa hoci aj na nižšej pozícii. Klasickým webovým stránkam často rastie bounce rate (miera okamžitého opustenia webovej stránky) vďaka návštevníkom z mobilov. Tí hľadajú stránku použiteľnú v ich mobilných prehliadačoch, ktorá bude ľahko ovládateľná a nájsť na nej hneď všetko, čo potrebujú. ●

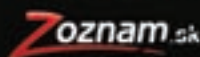
Oveľa viac o mobilnom marketingu sa dozviete na pripravovanej odbornej konferencii



HLAVNÝ PARTNER:



PARTNERI:



19. MÁJ 2010
BRATISLAVA
www.mmmmx.sk

od tvorcov

