

МОБІЛЬНИЙ МАРКЕТИНГ ЯК НЕВІД'ЄМНА ЧАСТИНА ДИРЕКТ- МАРКЕТИНГУ

Студ. Богомоленко А.В.

Наук. керівник к.е.н., доц. Євсейцева О.С.

Київський національний університет технологій та дизайну

Для того щоб утримати клієнтів потрібно постійно проявляти увагу та турботу до них, зацікавлювати чимось новим - повідомляти про всі нові товари, ціни, послуги чи акції, створювати привілеї для постійних покупців та ін. Це все є директ-маркетингом, який застосовується тоді, коли в результаті директ-комунікації велика ймовірність отримання нового покупця, а витрати на директ-комунікацію, значно нижче, ніж вигода від продажу об'єкта маркетингу цьому покупцеві. Деякі фірми повністю відмовляються від традиційних форм реклами і від продажів через магазини і торгову мережу, а поширюють свої товари через канали директ-маркетингу, на замовлення, розробляючи спеціальну маркетингову політику. Одним із каналів директ-маркетингу є мобільний маркетинг.

Мобільний маркетинг - це комплекс заходів, направлених на виконання завдань маркетингу з використанням мобільних пристроїв або технологій. Головною перевагою, якого є мобільність, здатність в короткі терміни збирати і розбирати реквізит, переміщати акції з різних точок. Мобільний маркетинг – це не просто реклама з допомогою SMS, розсилка якої займає лише 3% діяльності мобільного маркетинга. Решта дев'яносто сім відсотків – це кампанії дистанційного управління, тобто створення ситуації, в якій клієнт повинен щось купити. Ще одною особливістю мобільного маркетинга є те, що мобільний телефон не є більше мобільним телефоном, адже на ньому є відеокамера, програмне забезпечення, різні види технологій, такі як радіомовлення, телекомунікації і комп'ютерні технології, перетворюються в одну річ - в мобільний телефон. Тому з розвитком технологій з'явилося більше технічних рішень для мобільного маркетингу:

1. Мобільні додатки - цей напрямок мобільного маркетингу отримав розвиток з появою на ринку смартфонів, на які можна скачати і встановити різні програми і додатки. Щоб користувач здійснив конверсійну дію, встановлювана програма повинна мати практичну або розважальну функцію, а реклама в установленому додатку може бути тільки у вигляді контексту.
2. QR-коди - можливість зчитувати за допомогою камери телефону зашифровану інформацію з зовнішніх носіїв. Щоб скористатися всіма можливостями цієї популярної мобільної технології, телефон користувача повинен підтримувати необхідний функціонал. Зазвичай з шифру можна зчитати промо-коди, контактну інформацію, паролі для доступу до необхідних сайтів, посилання та ін.
3. Bluetooth маркетинг.
4. IVR-портали - це дзвінок на голосовий автоматичний сервіс компанії. За допомогою голосової служби можна дізнатися необхідну інформацію, новини, зробити замовлення, проголосувати, скористатися розважальними сервісами.
5. WAP, GPRS та інші можливості мобільного інтернету - щоб користувачеві було комфортніше відвідувати сайт рекламодавця, ресурс повинен бути адаптований під цілі мобільного серфінгу. Це один із пріоритетних напрямків мобільного маркетингу, так як використання портативних пристроїв для виходу в мережу з кожним роком зміцнюється як тренд.

Багато з перерахованих видів мобільного маркетингу дозволяють вирішити відразу кілька маркетингових завдань, підвищити лояльність до бренду, зміцнити імідж бренду, стимулювати продажі, а деякі з них здатні вирішити задачу вивчення споживчого попиту.