

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ МОБИЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Продвижение товаров и услуг, привлечение потенциальных деловых партнеров при минимальных финансовых и трудовых затратах, абсолютное большинство стремиться к этому, а современные приемы маркетинга с использованием мобильных технологий, обещают нам помочь.

Мобильный маркетинг на рынке представлен слабо – это достаточно молодое и не до конца сформированное направление, постоянно появляются новые идеи проведения маркетинговых кампаний с помощью мобильного телефона.

Подавляющее большинство результатов о проведении маркетинговых компаний не публикуются, их эффективность до конца не изучена, это обусловлено новшеством технологии и ее актуальностью.

Принимая решение о включении инструментов мобильного маркетинга, в маркетинговую стратегию конкретного товара или услуги, необходимо, обязательно учитывать специфику потребления услуг мобильной связи целевой группой потенциальных потребителей данного товара. Следовательно, нам необходимо определить на примере sms рассылки целевую аудиторию, не будут ли наши сообщения удалены оставшись не прочитанными, каким заголовком мы сможем вызвать потенциальный интерес потребителя и др.

Мобильный маркетинг дает возможность ознакомиться с товаром или услугой при помощи мобильного телефона, принять участие в сезонных акциях, призовых розыгрышах, лотереях, высказать свое мнение о продукте либо услуге, получить бонусы и скидки и многое другое.

Данные способы связи дают возможность донести информацию напрямую клиенту «в руки» и стоимость контакта при этом значительно ниже, чем привычная реклама, наружная или печатная.

Мобильный маркетинг продолжит свое успешное развитие, опираясь именно на современные медиа возможности приложений для

мобильных устройств, на грамотную и комплексную маркетинговую политику предприятий. Тем более, что современный потребитель готов принимать рекламу из мобильных устройств, и по собственному желанию предоставляет информацию о себе, своем местоположении, образовании, вкусовых и личных предпочтениях.

Технологии мобильного маркетинга могут выполнять не одну функцию и достигать множество целей – экономию затрат, экономию времени, масштабность, скорость, внушение, и т.д. Умные бренды уже используют различные технологии для достижения массовой аудитории, но сколько брендов получают от этого пользу? Как это сделать в нужный момент, в нужном контексте? Для этого необходимы алгоритмы отбора целевой аудитории, технология которая уже изучена, но требует доработок, модернизации и автоматизации. Данные программные приложения имеют огромное значение и могут кардинально изменять конкурентоспособность и положение организации на рынке.

Простыми словами, организация, имеющая в своем распоряжении современные, автоматизированные, отлаженные программные продукты мобильного маркетинга, может диктовать свои условия конкурентам и рынку. Современные технологии – это самое главное, развитие и инновации, предприятия, желающие оставаться конкурентоспособным должны стремиться к этому.

Огромные перспективы мобильного маркетинга уже были видны в 2013-2014 году, но 2015 год очевидно даст большее развитие в этом направлении, станет еще более плодотворным, чем мы можем себе представить.