

Мобільний маркетинг

Виконав студент 124 групи
Гаурлян Владислав

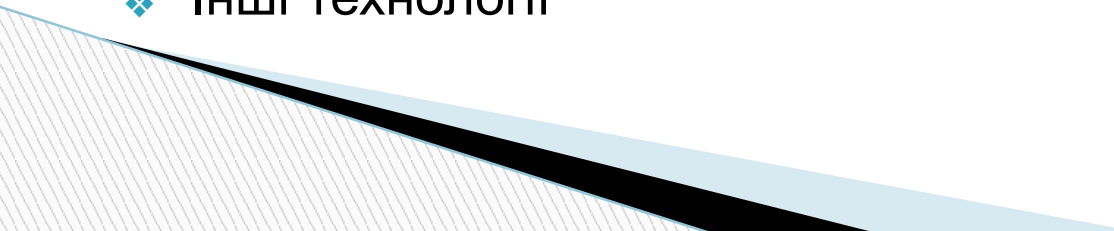
Виникнення мобільного маркетингу в Україні, за прикладом європейських країн, припадає на 2003 рік.

- Поняття мобільний маркетинг (mobile marketing) з'явилося декілька років тому. Утім, на сьогодні цей інтерактивний маркетинговий інструмент є досить поширеним як у світовій практиці, так і національній, оскільки мобільний маркетинг має надзвичайно широкі технологічні можливості, які щоденно розвиваються.

Поняття мобільного маркетингу

- ▣ **Мобільний маркетинг** - це ширше, ніж SMS-маркетинг, поняття, яке означає процес поширення маркетингової інформації на мобільні телефони абонентів-споживачів не лише через текстові повідомлення (SMS), але і інші мобільні технології та, як правило, отримання від них зворотної реакції.

Основні технології

- ❖ Голосові повідомлення
 - ❖ SMS-повідомлення
 - ❖ MMS-повідомлення
 - ❖ Мобільні сайти
 - ❖ wap, gprs, edge та інші технології, доступні для отримання інформації з Інтернету із мобільного телефону
 - ❖ IVR – голосове меню
 - ❖ технології для створення додатків під відповідні мобільні операційні системи
 - ❖ ICB (Interactive Cell Broadcast) - розсилка інтерактивних (клікабельних) повідомлень-тизерів на всі абонентські термінали, що знаходяться в зоні дії базових станцій
 - ❖ Інші технології
- 

Основним завданням є

- залучення платоспроможного клієнта, зацікавленого в покупці товарів і послуг. Комплексне використання наявних технологій, залучення і розробка нових каналів поширення рекламної інформації ведуть до успішного маркетингу, а, як наслідок, до законного підвищення доходів компанії.

- Основним інструментом для мобільного маркетингу залишаються SMS та мобільні сайти. Хоча за останні кілька років активно почали розвиватися технології як:
 - мобільні програми (mobile apps)
 - браузері доповненої реальності (Layar, Junaio)

Основними послугами з мобільного маркетингу є промоційні акції зі стимулювання продажу та підвищення лояльності споживачів

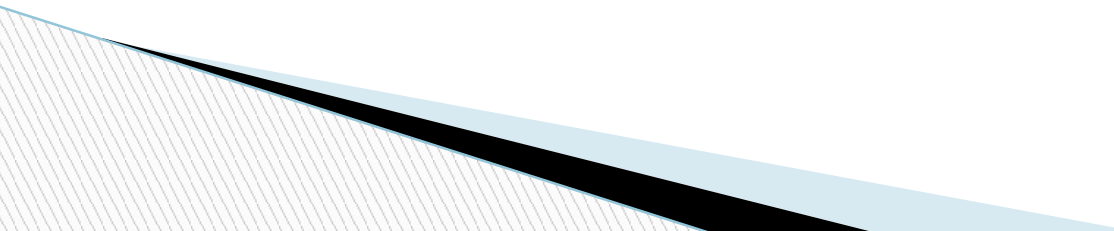
Основні компанії, що
займаються
мобільним
маркетингом:

```
graph TD; A([Основні компанії, що займаються мобільним маркетингом:]); A --> B[мобільні оператори своїми силами]; A --> C[агенції мобільного маркетингу]; A --> D[контент-провайдери];
```

мобільні
оператори
своїми
силами

агенції
мобільного
маркетингу

контент-
провайдери

- Перші створюють свої власні відділи маркетингових комунікацій, які, між іншим, організовують і акції з прямого маркетингу на мобільні телефони.
 - Другі працюють спеціалізовано в галузі мобільної реклами та маркетингу і нічим іншим не займаються.
 - Треті в основному продають розваги для мобільних телефонів (лого, мелодії, ігри), і крім цього час від часу займаються і рекламними кампаніями.
- 

Дякую за увагу

